

# Budućnost je zajednička odgovornost!

Izveštaj o održivom poslovanju  
za 2021. godinu



Coca-Cola HBC  
Srbija



# SADRŽAJ

- 04 UVODNA REČ
- 07 TRANSPARENTNOST CILJEVA I OSTVARENI NAPREDAK KAO OSNOV IZVEŠTAVANJA

## 08 O KOMPANIJI

- 09 OVO SMO MI
- 10 COCA-COLA HBC SRBIJA
- 12 BAMBI
- 13 NAŠ PLAN USPEHA I RASTA
- 14 EKONOMSKI POKAZATELJI – OGLEDALO USPEHA I RASTA
- 15 STUDIJA DRUŠTVENOG EKONOMSKOG UTICAJA COCA-COLA SISTEMA U SRBIJI
- 16 SVET BEZ OTPADA – CILJEVI MISIJE ODRŽIVOSTI
- 20 DIJALOGOM I SARADNJOM DO REZULTATA

## 28 TRŽIŠTE

- 30 PROIZVODI ZA SVE POTREBE POTROŠAČA
- 32 UPRAVLJANJE KVALITETOM PROIZVODA
- 39 ODGOVORAN MARKETING U KOMPANIJI COCA-COLA HBC SRBIJA
- 40 DODATNA VREDNOST ZA NAŠE MNOGOBROJNE KUPCE
- 42 ZADOVOLJSTVO KUPACA = ZADOVOLJSTVO KOMPANIJE
- 43 ODRŽIVI SISTEM SNABDEVANJA

## 45 RADNO OKRUŽENJE

- 48 FER RADNO OKRUŽENJE
- 53 PRIVRŽENOST ZAPOSLENIH
- 55 RAZVOJ ZAPOSLENIH
- 58 PROGRAMI OBUKE
- 60 ZDRAVLJE I BEZBEDNOST

## 64 ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE

- 67 CILJEVI ODRŽIVOSTI COCA COLA HBC GRUPE
- 69 EKOLOŠKI PARAMETRI
- 71 UPRAVLJANJE VODNIM RESURSIMA
- 75 ZAŠTITA ENERGETSKIH RESURSA I KLIME
- 79 SMANJENJE KARBONSKIH EMISIJA
- 85 UPRAVLJANJE AMBALAŽNIM OTPADOM

## 87 ZAJEDNICA

- 90 PODRŠKA PROFESIONALNOM RAZVOJU MLADIH
- 92 RAZVOJ LOKALNIH ZAJEDNICA
- 94 ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE I VODNIH RESURSA

## 100 GRI INDEKS I INDIKATORI

- 101 TABELA INDIKATORA
- 104 GLOBALNI DOGOVOR UJEDINJENIH NACIJA I GLOBAL REPORTING INITIATIVE





**Coca-Cola HBC**  
Srbija

**1024**

stalno zaposlenih

**67,7%**

žena na menadžerskim pozicijama

**56%**

smanjena potrošnja energije  
 po litru proizvedenog pića  
 (od 2007. do 2021. godine)

**53,45%**

smanjena potrošnja vode  
 po litru proizvedenog pića  
 (od 2007. do 2021. godine)

**69%**

smanjena količina generisanog  
 otpada (od 2007. do 2021. godine)



**640**

stalno zaposlenih

**46.97%**

žena na menadžerskim pozicijama

**24,7%**

smanjena potrošnja vode  
 po toni proizvoda  
 (od 2017. do 2021. godine)

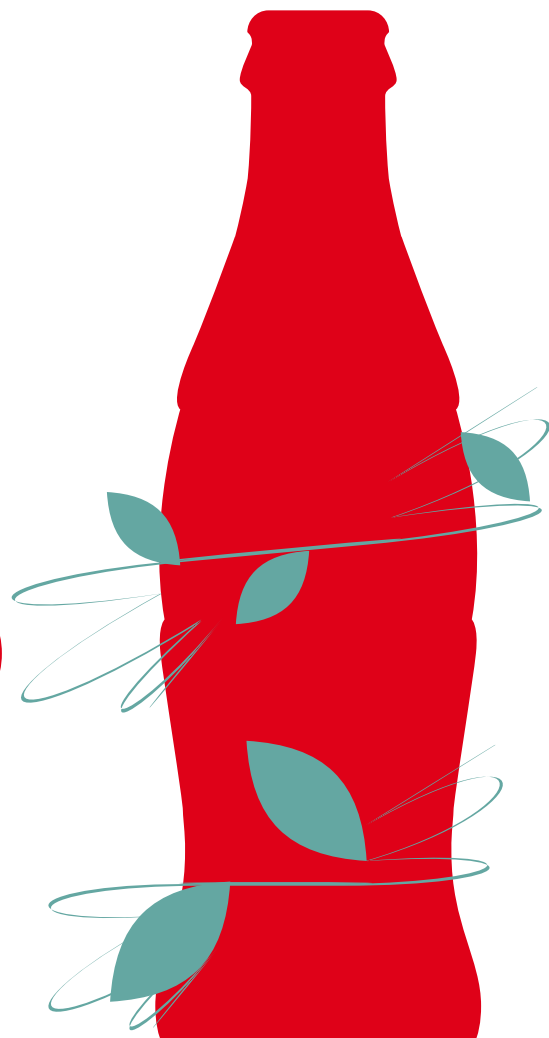


**92.000.000**

dinara za razvoj lokalnih zajednica

**800**

novih stabala drveća



# NE MOŽEMO POBEDITI SAMI – POBEDITI NA ODRŽIV NAČIN JE NAŠ PUT NAPRED

Dragi partneri,

U uvodnim rečima izveštaja za 2020. godinu govorio sam o pandemiji COVID-19 i transformaciji koja je usledila na svim nivoima.

Za 2021. godinu bih rekao da je označila postupan prelazak ka "novom normalnom". Donekle kontradiktorno, ali nam je pandemija, koja je na tren zaustavila celi svet, udahnula novi kiseonik, da kao pojedinci i organizacije, ponovo evaluiramo naše prioritete, ciljeve, načine na koje radimo i odnose. I dok smo 2020. godine restartovali biznis, u 2021. smo uradili reset.

U našem pobedničkom duhu, novu normalnost smo želeli da pretvorimo u bolju normalnost. Kako to uraditi? Tri su orijentira na ovom putu: dalje jačanje našeg 24/7 portfolija, uključujući inovacije, kontinuirani razvoj naših ljudi i tima i održive politike, uz stalno potvrđivanje prilagodljivosti i konzistentnosti.

Inovacije su, same po sebi, razumljive, jer od postanka sveta taj točak pokreće napred.

Inovirali smo naš legendarni 24/7 portfolio – dodatkom Costa i Vergnano brendova napravili smo pravu malu "kafe revoluciju", prateći potrebe potrošača ponudili smo više propozicija bez kalorija i sa manje kalorija, uveli potpuno novu kategoriju Next limunada, a nedavno obogatili porodicu gaziranom vodom Rosa Homolje.

Ove inovacije su vidljive na policama, ali bih želeo da istaknem da inovacije za nas nisu samo to. Jednako važne su inovacije u naše procese, koje nam omogućavaju da nastavimo da pobeđujemo na održiv način. Stavili smo fokus na digitalizaciju i jednostavnost u poslovanju, kreirajući veću vrednost za sve sa kojima saradujemo.

Izveštaj koji je pred vama upravo govori o vrednostima i doprinosu koji kao kompanija pružamo zajednici, poslujući na održiv način.

Kad govorimo o budućnosti, mnogo je tema koje mogu da nas zamisle. Kao lider kompanije i kao pojedinac, izdvojio bih pitanje klimatskih promena i saradnju, kao neophodan odgovor.

Prema nedavnom izveštaju Svetskog ekonomskog foruma, klimatske promene ocenjene su kao vodeći izazov na globalnom nivou. Širom sveta kompanije su se obavezale na karbonsku neutralnost, odnosno nultu stopu emisija. I naša kompanija postavila je cilj da do 2040. godine dostigne nultu stopu emisija, i to u celom lancu vrednosti. Ovaj ambiciozni cilj je maraton koji trčimo zajedno i u kojem je jedini pobednik – planeta na kojoj živimo.

Suočeni sa istim neizvesnostima, okrećemo se saradnji, koja uvek znači i zajedništvo. U revidiranom društvenom ugovoru, koji se zasniva na partnerstvu javnog i privatnog sektora, SARADNJA postaje ključ.

Kao što naslov ovog Izveštaja kaže: **BUDUĆNOST JE ZAJEDNIČKA ODGOVORNOST**. U našim kompanijama verujemo u hrabra obećanja i merljive rezultate, koje delimo sa vama već 9 godina kroz godišnje izveštaje o održivom poslovanju. Ovi izveštaji iz godine u godinu pokazuju naš progres, ali i mnogo više od toga. Predstavljaju testament onoga što možemo učiniti za bolje sutra, kad ujedinjeni radimo na istom cilju.

A ako smo u prethodne dve godine i naučili jednu lekciju – to je da ne možemo pobediti sami. Zato, hajdemo udruženo, ka održivoj budućnosti.

## Svetoslav Atanasov

generalni direktor Coca-Cola HBC Srbija



# OSTVARUJEMO VELIKE SNOVE

Dragi partneri,

Drugu godinu zaredom kompanija Bambi zajedno sa CCH Srbija predstavlja Izveštaj o održimo razvoju, dokument na koji smo neizmerno ponosni. Ulazak u Coca-Cola HBC porodicu 2019. godine, doneo nam je mnogo toga, a jedan od najvećih rezultata naše sinergije vidljiva je upravo u ogromnim koracima koje zajedno pravimo na zajedničkom putu održive budućnosti.

Na proteklu godinu gledamo kao godinu prilagođavanja, ali i isto tako i kao na godinu sjajnih rezultata. A takvi rezultati su bili neminovni, s obzirom na to da iza svakog našeg plana, ideje i konačno uspeha stoji tim vrhunskih profesionalaca i vrednih kolega koji veruju u Bambi.

Bez obzira na brojne izazove koje je donela pandemija, mi smo uspeli da timskim radom ostvarimo rekordne rezultate. Ulaskom Bambija u Coca-Cola HBC porodicu otvorena je prilika za razmenu iskustva i dobrih poslovnih praksi, kao i šansa da se naši brendovi predstave na inostranim tržištima.

Tome u prilog, govori i činjenica da smo u toku 2021. godine ostvarili rekordne rezultate izvoza, odnosno 10 odsto više u odnosu na prethodnu godinu. U apsolutnim brojkama to zvuči još impozantnije, naš eksport tim je prebacio cifru od 10.000 tona. Verujemo da će ovi rezultati biti i bolji uz sve naše inovacije poput novih proizvoda PlazMix i Wellness keks jedinstvenog YES/NO koncepta funkcionalnih biskvita koje smo lansirali.

Planove u domenu održivosti koje smo imali, započeli smo formiranjem krosfunkcionalnog sustainability tima iz svih sektora naše kompanije, zahvaljujući kome ćemo i u narednim godinama nastaviti da se odgovorno ophodimo prema prirodi i njenim resursima. Po prvi put smo doneli strateški dokument – Misija održivosti do 2030. godine sa konkretnim ciljevima i posebnim fokusom na smanjenje emisije CO2, tako da snažno verujem da ćemo u narednom periodu pokazati sa koliko ambicija pristupamo zelenim rešenjima.

Kako smo u julu 2020. godine u potpunosti prešli na upotrebu obnovljivih izvora energije, krajem 2021. godine simbolično smo zaokružili naš uspeh sadnjom 300 stabala u "Bambi parku" U Požarevcu. Takođe, promenili dve trećine našeg voznog parka vozilima sa pogonom na tečni naftni gas. Kada je reč o inicijativi

Svet bez otpada cilj za 2025. godinu je dostizanje nula otpada, a i beležimo uštedu vode za 25 procentata u odnosu na 2017. godinu.

Društvenom odgovornošću, kao sastavnim delom našeg identiteta i poslovne kulture, pokazali smo da svoj poslovni bilans posmatramo kroz doprinos zajednici i ulaganje u održivu budućnost, a biti iskren i pouzdan partner zajednici u kojoj poslujemo je naša pokretačka snaga.

Misijom održivosti obavezali smo se da ćemo nastaviti da budemo odgovorni i prema našim ljudima i zajednici u kojoj poslujemo kroz volonterske akcije, donacije, te smo tako u 2021. godini uložili gotovo 11 miliona dinara za razvoj lokalnih zajednica i donirali više od 14 tona hrane.

Zašto sve ovo radimo?

U fokusu naših planova su neke buduće generacije, kojima pristupamo sa poštovanjem i odgovornošću, te je tako tokom prethodne godine kroz razne Bambi programe za razvoj mladih prošlo više od stotinu studenata. I u budućem periodu bićemo podrška mladima na putu njihovog profesionalnog razvoja, kao i nastaviti da ulažemo u razvoj našeg tima i siguran sam da ćemo preći cifru od više od 12.000 sati obuke za naše zaposlene.

Uspeh koji smo ostvarili, i ambiciozni planovi koje imamo ne bi bili mogući bez zajedničkih vrednosti koje delimo. Ne samo da sanjamo velike snove - mi ih i ostvarujemo, u posebnoj snazi i sinergiji sa Coca Cola Hellenic porodicom.

## Dragan Stajković

generalni direktor kompanije Bambi





# TRANSPARENTNOST CILJEVA I OSTVARENI NAPREDAK KAO OSNOV IZVEŠTAVANJA

Naš lokalni izveštaj o održivom poslovanju donosi pregledan i transparentan uvid u ciljeve i ostvareni napredak u oblasti održivosti kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi. Coca-Cola HBC Srbija objavljuje lokalni izveštaj o održivom poslovanju od 2013. godine, a od 2020- godine izveštajem je obuhvaćena i kompanija Bambi, koja je u julu 2019. godine postala deo Coca-Cola HBC porodice. Pored lokalnog izveštaja, svake godine izveštavamo i centralu Coca-Cola HBC Grupe, koja objavljuje integrisani izveštaj o postignutim rezultatima na svim tržištima u kojima je prisutna.

Lokalni izveštaj o održivosti za 2021. godinu je, kao i svi prethodni, u potpunosti usklađen sa zahtevima najzastupljenije svetske metodologije za izveštavanje u ovoj oblasti –Global Reporting Initiative (GRI). Kompanija Coca-Cola HBC Srbija je jedna od prvih kompanija na lokalnom tržištu koja je svoje izveštavanje uskladila sa GRI standardima. Prateći aktuelne GRI standarde, kompanija izveštava u skladu sa osnovnom (Core) opcijom izveštavanja. Takođe, shodno strateškom sporazumu između Global Reporting Initiative i Globalnog dogovora Ujedinjenih Nacija, ovaj izveštaj odgovara zahtevima GDUN za izveštavanje o napretku.

Podaci koji su dati u Izveštaju, ukoliko nije drugačije navedeno, odnose se na poslovanje kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi u 2021. godini (zaključno sa 31. 12. 2021.), uključujući dve punionice (Beograd, Vlasinka), pet distributivnih centara, fabriku Bambi u Požarevcu, i poslovnu jedinicu Bambija u Beogradu. Posebno je

naglašeno kada se narativne tvrdnje ili kvantifikacije odnose na kompaniju Coca-Cola ili Coca-Cola sistem. Detaljne finansijske informacije dostupne su u okviru finansijskih izveštaja kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi za 2021. godinu.

Kontakt osobe za pitanja i sugestije u vezi sa Izveštajem su:

## **Tijana Grujić**

Menadžerka za partnerstva sa lokalnom zajednicom u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija

✉ [tijana.grujic@cchellenic.com](mailto:tijana.grujic@cchellenic.com)

## **Ana Diković**

Specijalista za korporativne poslove u kompaniji Bambi

✉ [adikovic@bambi.rs](mailto:adikovic@bambi.rs)



# 1 O KOMPANIJI





# OVO SMO MI

Coca-Cola HBC Grupa je jedna od najvećih punionica Coca-Cola proizvoda na svetu i strateški partner The Coca-Cola Company u 29 zemalja, na 3 kontinenta.

Coca-Cola HBC ima 56 punionica, 96 distributivnih centara, 16.200 dobavljača, više od 1,7 miliona kupaca, a njeni proizvodi stižu do 715 miliona ljudi na tri kontinenta. Grupa direktno zapošljava 31.920 osoba, a indirektno obezbeđuje 320.311 radnih mesta.

Sedište kompanije je švajcarski grad Cug. Coca-Cola HBC je listovana u sam vrh Londonske berze, što svedoči o njenoj finansijskoj snazi, internacionalnom karakteru biznisa i akcionarske baze, kao i transparentnim i naprednim praksama korporativnog upravljanja, koje se kontinuirano unapređuju u skladu sa razvojem regulative u Evropskoj uniji, Švajcarskoj i Velikoj Britaniji.

Coca-Cola HBC Grupa posvećena je konstantnom unapređenju, inoviranju i optimizaciji svojih operacija, kako bi poslovanje učinila još efikasnijim i održivijim. Prema merilima prestižnog Dow Jones indeksa održivosti (DJSI), Coca-Cola HBC Grupa u 2021. godini još jednom je postigla status najodrživije kompanije u industriji napitaka u svetu. U poslednjih sedam godina, Coca-Cola HBC Grupa je peti put proglašena globalnim liderom u industriji pića, a jedanaestu godinu zaredom važi za jednu od tri najbolje rangirane kompanije.

## 70 svećica na torti Coca-Cola HBC Grupe

U 2021. godini Coca-Cola HBC Grupa proslavila je 70. rođendan. Kompanija je osnovana 1951. godine u Nigeriji, a dve godine kasnije počela je proizvodnja u prvoj punionici. Sedamdeset godina uspeha i bogatog iskustva kasnije, fokusirani smo i daljen na rast i širenje. U 2021. Coca-Cola HBC Grupa proširila se i na tržište Egipta, i sada posluje u ukupno 29 zemalja na tri kontinenta.



**Coca-Cola  
HBC**



# COCA-COLA HBC SRBIJA

Coca-Cola HBC Srbija puni, prodaje i distribuira neka od najpoznatijih bezalkoholnih pića na svetu. U Srbiji, kao Coca-Cola Sistem, koji čine kompanija Coca-Cola i Coca-Cola HBC Srbija, prisutni smo od 1997. godine.

Fabrika za flaširanje Coca-Cola napitka u Zemunu, u ulici Batajnički drum 14-16, gde se Coca-Cola proizvodi i danas, počela je sa radom 1968. godine. Bila je to jedna od prvih punionica koje su otvorene u bivšoj Jugoslaviji, sa jednom proizvodnom linijom za flaširanje boca od 0,25 l u povratnoj staklenoj ambalaži i kapacitetom od 18.000 flaša na sat.

Kompanija Coca-Cola jeste vlasnik brenda i bavi se proizvodnjom i prodajom koncentrata, sirupa i osnova za napitke svojim partnerskim punionicama, kao što je Coca-Cola HBC, koje proizvode, pakuju, prodaju i distribuira finalni proizvod kupcima. Partnerskim odnosom kombinujemo znanje, resurse i iskustvo kompanije Coca-Cola sa stručnošću Coca-Cola HBC u flaširanju, distribuciji i prodaji, odnosno u izvrsnoj realizaciji na tržištu, kako bismo, kao tim, doprineli stvaranju vrednosti za svoje kupce, potrošače i širu zajednicu.

Punionice partneri odgovaraju na tražnju svojim osnovnim operacijama: proizvodnjom, pakovanjem, distribucijom, prodajom finalnih proizvoda – napitaka, našim kupcima, koji zatim naše proizvode prodaju potrošačima. Coca-Cola HBC odgovorna je i za marketing prema kupcima.

Coca-Cola HBC Srbija čine punionica u Zemunu sa regionalnim Centrom za sokove i fabrika Vlasinka. Sedište kompanije je u Zemunu na lokaciji koja se prostire na oko 65.000m<sup>2</sup>, gde se nalazi 6 proizvodnih linija, magacin i kancelarije. Nakon preseljenja proizvodnih linija iz Subotice u Beograd, od 2016. godine raspolažemo sa dve punionice i pet distributivnih centara.

Sa velikim ponosom, Coca-Cola HBC Srbija proizvodi, prodaje i distribuira širok asortiman bezalkoholnih napitaka, uključujući i najprodavanije

svetske brendove: Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Fanta, Schweppes i Sprite. U Srbiji svojim potrošačima nudimo i razne druge vrste gaziranih i negaziranih napitaka (npr. neXt, Next Joy, Next limunade, Fuzetea, Romerquelle), energetska pića Monster i Ultra, jedinstvenu flaširanu prirodnu izvorsku vodu – Rosa, a od 2022. godine i gaziranu vodu Rosa Homolje.

Pored toga, distribuira i piva iz Heineken portfolija, kao i vrhunske brendove alkoholnih pića, među kojim su Jack Daniels, Finlandia, Famous Grouse, Macallan, Brugal, Campari, Aperol, Zlatni Pelin, Zlatna rakija. Od 2021. godine portfolio smo obogatili poznatim brendovima kafe: Costa coffee i Vergnano.



## U 2022. OTVORENA PUNIONICA GAZIRANE VODE

U maju 2022. godine Coca-Cola sistem u Srbiji otvorio je još jednu punionicu, u Neresnici, opština Kučevo. U ovoj punionici, trećoj u okviru sistema, proizvodi se i puni novi proizvod, gazirana voda Rosa Homolje.

Podaci o ovoj punionici nisu deo finansijskog izveštaja za 2021. godinu.



## VLASNIČKA STRUKTURA

Vlasnik kompanije Coca-Cola HBC Srbija d.o.o. je CC Beverages Holdings II B.V. sa 100% vlasničkog udela u osnovnom kapitalu Društva. CC Beverages Holdings II B.V., koja posluje u skladu sa zakonima Holandije, sa sedištem na adresi Motion Building, Radarweg 60, 1043 NT Amsterdam, i koja je registrovana u Privrednoj komori Amsterdama, reg. br. 33298456 (u nastavku teksta CC Beverages Holdings II B.V.).

U punom vlasništvu kompanije Coca-Cola HBC Holdings BV, koja posluje u skladu sa zakonima Holandije, sa sedištem na adresi Radarweg 29, 1043 NX Amsterdam, Holandija, i koja je registrovana u Privrednoj komori Amsterdama, reg. br. 58229906 (u nastavku Coca-Cola HBC Holdings BV) jeste CC Beverages Holdings II B.V.

Coca-Cola HBC Holdings BV jeste u punom vlasništvu kompanije Coca-Cola HBC AG, koja posluje po zakonima Švajcarske, sa sedištem na adresi Turmstrasse 26, 6312 Steinhausen, Švajcarska, sa korporativnim registarskim brojem 170.3.037.199-9 na Atinskoj i Londonskoj berzi (u nastavku Coca-Cola HBC AG).



## BAMBI

Bambi, jedna od vodećih konditorskih kompanija u regionu Zapadnog Balkana, u junu 2019. je i zvanično postala deo Coca-Cola HBC grupe.

Poslovanje Bambija ima dugu tradiciju uspeha. Posvećen potrošačima, inovativnosti, raznovrsnom portfoliju brendova, kao i društveno odgovornom poslovanju, Bambi je već 55 godina sinonim kvaliteta i uspeha. Bambi danas predstavlja modernu konditorsku kompaniju, koja od samog početka proizvodnje, posebnu pažnju poklanja vrhunskom kvalitetu širokog asortimana konditorskih proizvoda. Od osnivanja 1967. godine, kao fabrika dečjeg keksa sa svega 37 zaposlenih i godišnjom proizvodnjom od 167 tona, Bambi je izrastao u kompaniju koja izvozi svoje proizvode na tržišta zemalja regiona, Evropske unije, SAD, Australije, Kanade, i mnoga druga, zapošljava preko 800 ljudi, i godišnje proizvodi više desetina hiljada tona konditorskih proizvoda.

Početak novembra u Bambi fabrici u Požarevcu puštena je u pogon nova moderna proizvodna linija, vredna 12 miliona evra na kojoj će se proizvoditi Plazma, što je čini najvećom pojedinačnom investicijom u 55 godina dugoj istoriji kompanije Bambi. Sa kapacitetom od

15.000 tona godišnje, omogućiće gotovo dupliranje proizvodnje najomiljenijeg keksa na našem tržištu.

O Bambiju najbolje govore brendovi, lojalnost potrošača i brojna priznanja, a čuvena Plazma deo je odrastanja mnogih generacija i apsolutno najprepoznatljiviji proizvod iz svoje kategorije na srpskom tržištu.

Akvizicija koja za Bambi znači nove razvojne mogućnosti i proširenje, za Coca-Cola HBC predstavlja priliku da se stvore dodatne vrednosti za kompaniju, kupce i akcionare. Ova akvizicija portfoliju naše kompanije u Srbiji dodaje vodeće domaće tržišne brendove u veoma značajnoj i pre svega komplementarnoj kategoriji. Takođe, ova akvizicija nudi mogućnost sinergije kroz zajedničke promocije i komplementarne inovacije. Značajna vrednost kompanije Bambi jeste i jaka distributivna mreža, uključujući rashladnu distribuciju u strateški važnim kanalima, kao što su tradicionalna maloprodaja i HoReCa.

Iskustvo i kvalitet, poverenje potrošača, ali i spoj sjajnih ljudi, znanja i ekspertiza garantuju da će ujedinjeni Coca Cola HBC i Bambi tim dosegnuti nove nivoe uspeha.



# NAŠ PLAN USPEHA I RASTA – BITI PRVI I VODEĆI

Growth Story 2025 Strategija Coca-Cola HBC Grupe lansirana je sa vizijom da budemo vodeći partner u kategoriji napitaka 24/7.

Živimo i negujemo naše vrednosti koje obezbeđuju rast, koje su utkane u naše svakodnevno poslovanje:



**POBEĐUJEMO NA TRŽIŠTU**

**KORISTIMO SNAGU SOPSTVENOG JEDINSTVENOG 24/7 PORTFOLIJA**

**PODSTIČEMO RAST RAZVIJANJEM KONKURENTNOSTI I INVESTICIJAMA**

**NEGUJEMO POTENCIJAL SVOJIH LJUDI**

**ZAVREĐUJEMO POVERENJE ZAJEDNICE U KOJOJ POSLUJEMO.**



## NAŠE VREDNOSTI KOJE OBEZBEĐUJU RAST

### POBEĐUJEMO SA KUPCIMA

Mi smo prodajna organizacija posvećena pronalaženju inovativnih rešenja koja stvaraju zajedničku vrednost

### NEGUJEMO NAŠE LJUDE

Verujemo u naše ljude i posvećeni smo individualnom i timskom razvoju

### IZVRŠNOST U SVEMU ŠTO RADIMO

Težimo nenadmašnom učinku tako što zadivljujemo naše kupce svojom posvećenošću i brzinom

### INTEGRITET

Uvek radimo ono što je ispravno, a ne samo ono što je lako, i preuzimamo odgovornost za rezultate

### KONTINUIRANO UČENJE

Slušamo, prirodno smo radoznali i željni učenja, i osnaženi da preduzmemo pametne rizike

### SVI ZAJEDNO KAO JEDAN

Sarađujemo sa agilnošću kako bismo otključali jedinstvenu snagu naših raznolikih timova

# EKONOMSKI POKAZATELJI – OGLEDALO USPEHA I RASTA

## Coca-Cola HBC Srbija 2021.

### 1. DIREKTNA GENERISANA EKONOMSKA VREDNOST\*

Prihodi UKUPNO\*: **56.349.638**

Prihodi od prodaje, prihodi od aktiviranja učinaka sa povećanjem vrednosti zaliha, ostali prihodi

### 2. DISTRIBUIRANA EKONOMSKA VREDNOST **51.215.539**

Operativni troškovi UKUPNO: **38.631.811**

Rashodi u vezi sa zaposlenima UKUPNO: **3.716.118**

Rashodi u vezi sa obezbeivanjem kapitala UKUPNO: **6.454.669**

Rashodi u vezi sa obavezama prema državi UKUPNO: **2.347.272**

Rashodi u vezi sa zajednicom UKUPNO: **65.668**

### 3. ZADRŽANA EKONOMSKA VREDNOST

(investicije, akcije, itd. 1. – 2.) **5.134.099**

\*Navedeni podaci dati su u hiljadama RSD i odnose se na 2021. godinu.



## Bambi 2021.

### 1. DIREKTNA GENERISANA EKONOMSKA VREDNOST\*

Prihodi UKUPNO\*: **11.418.766**

Prihodi od prodaje, prihodi od aktiviranja učinaka sa povećanjem vrednosti zaliha, ostali prihodi

### 2. DISTRIBUIRANA EKONOMSKA VREDNOST **8.151.381**

Operativni troškovi UKUPNO: **5.858.899**

Rashodi u vezi sa zaposlenima UKUPNO: **1.718.218**

Rashodi u vezi sa obezbeivanjem kapitala UKUPNO: **0**

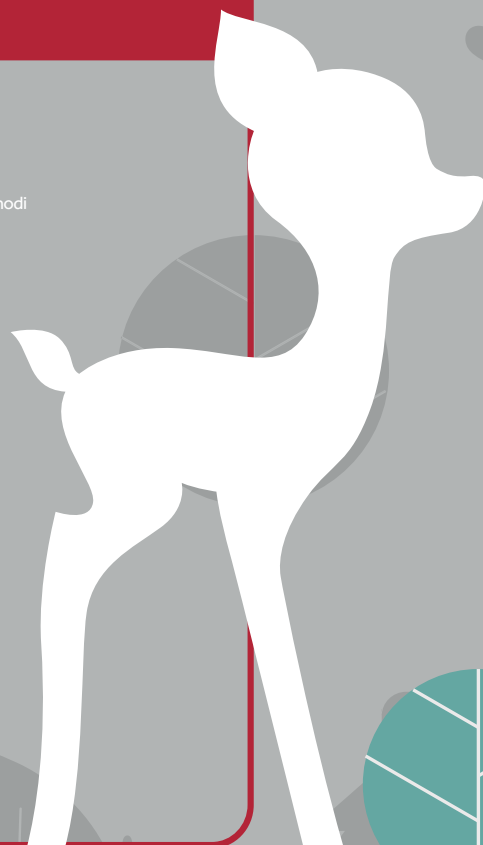
Rashodi u vezi sa obavezama prema državi UKUPNO: **515.544**

Rashodi u vezi sa zajednicom UKUPNO: **58.720**

### 3. ZADRŽANA EKONOMSKA VREDNOST

(investicije, akcije, itd. 1. – 2.) **3.267.385**

\*navedeni podaci dati su u hiljadama rsd i odnose se na 2020. Godinu.



# STUDIJA DRUŠTVENOG EKONOMSKOG UTICAJA COCA-COLA SISTEMA U SRBIJI

Coca-Cola Sistem od 2011. godine izveštava o svojim društveno-ekonomskim uticajima, izradom studije koja na precizan način prikazuje direktan i indirektan uticaj kompanije na domaću privredu i zajednicu.

Da bi se izmerio ekonomski uticaj sistema, prati se kako novac krajnjeg konzumenta, potrošen za napitke koje proizvodi Coca-Cola sistem, kao i proizvode kompanije Bambi počev od sredine 2019. godine, cirkuliše u ekonomiji i kreira dodatnu vrednost. Dakle, polazna tačka za analizu je krajnja potrošnja ovih proizvoda koja može da se isprati u monetarnom smislu kroz celu privredu. U procesu proizvodnje, pakovanja, promovisanja i isporučivanja

proizvoda kupcima, Coca-Cola sistem stimuliše privrednu aktivnost širom lanca vrednosti.

Za izradu studije Coca-Cola sistem u Srbiji je, po četvrti put, angažovao renomiranu konsalting firmu Steward Redqueen, specijalizovanu za sprovođenje procena društveno-ekonomskog uticaja.

Naredna studija, zasnovana na podacima za 2021. godinu, biće predstavljena krajem 2022. godine.



## 291 milion evra DODATE VREDNOSTI

0.6% BDP-a Republike Srbije

## 1.700

zaposlenih

## 14.400

radnih mesta



# SVET BEZ OTPADA – CILJEVI MISIJE ODRŽIVOSTI

Naši ciljevi održivosti do 2025. godine, usvojeni na nivou Coca-Cola HBC Grupe, zasnovani su na skupu ciljeva za 2020. godinu, a također su usklađeni sa globalnom agendom Coca-Cola kompanije za 2030. godinu „Svet bez otpada“, kreirajući zajedničku, sistemsku viziju. Ciljevi za 2025. godinu su izazovni, ali ostvarivi, osmišljeni tako da osiguraju da zadržimo leadersku poziciju u oblasti održivosti.

Ciljevi su usmereni na oblasti koje će najefikasnije stvoriti održivu vrednost za naše poslovanje, dok brinemo o pitanjima koja su najvažnija našim zainteresovanim stranama, od industrije i društva, do naših zaposlenih i naših akcionara.

Takođe su prilagođeni regulatornim i regionalnim razlikama između zemalja u kojima Grupa posluje.

Ciljevi održivosti predstavljaju i promenu naše strategije ulaganja u zajednicu, prebacivanjem fokusa sa investicije na uticaj i efekte koje kreiramo. Od 17 ciljeva, 6 ključnih odnose se na šest najvažnijih tema održivosti za naše poslovanje i naše zainteresovane strane. Oni se tiču smanjenja emisija, korišćenja vode i upravljanja vodnim resursima, kao i naše vizije Svet bez otpada, i naših ljudi - posebno mladih i žena. Preostalih 11 ciljeva upotpunjuju 6 ključnih, rešavajući probleme specifičnijih ciljnih grupa.

## NAŠI CILJEVI ODRŽIVOSTI DO 2025. GODINE

OBLAST ODRŽIVOSTI	MATERIJALNE TEME	UN CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA	TARGET 2025.
<b>Klima i obnovljiva energija</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Klimatske promene</li> <li>Ekonomski uticaji</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Smanjenje direktnih CO<sup>2</sup> emisija u našim operacijama za 30%</li> <li>50% energetski efikasnih rashladnih uređaja u objektima naših kupaca</li> <li>50% ukupne energije iz obnovljivih i čistih izvora</li> <li>100% električne energije u našim fabrikama u EU i Švajcarskoj iz obnovljivih i čistih izvora</li> </ul>
<b>Potrošnja i upravljanje vodom</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Upravljanje vodom</li> <li>Ekonomski uticaji</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Smanjenje potrošnje vode u fabrikama lociranim u rizičnim vodnim područjima za 20%</li> <li>100% obezbeđena dostupnost vode u svim našim zajednicama u rizičnim vodnim područjima</li> </ul>
<b>Svet bez otpada</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ambalaža i upravljanje otpadom</li> <li>Ekonomski uticaji</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Pomoć u prikupljanju 75% ekvivalenata naše primarne ambalaže</li> <li>35% ukupne PET ambalaže napravljeno od recikliranog PET-a i/ili od PET-a od obnovljivih materijala</li> <li>100% potrošne ambalaže će moći da se reciklira</li> </ul>
<b>Odgovorno snabdevanje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kvalitet proizvoda</li> <li>Ljudska prava, poštovanje različitosti i inkluzija</li> <li>Održiva nabavka</li> <li>Ekonomski uticaj</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>100% ključnih poljoprivrednih sastojaka nabavljeno u skladu sa principima održive poljoprivrede</li> </ul>



## Ishrana

- Kvalitet proizvoda
- Ishrana
- Odgovoran marketing



- Smanjenje broja kalorija u gaziranim napicima za 25% na 100 ml proizvoda

## Naši ljudi i zajednice

- Ljudska prava, poštovanje različitosti i inkluzija
- Dobrobit i uključivanje zaposlenih
- Odgovornost u zajednici
- Ambalaža i upravljanje otpadom
- Ekonomski uticaj



- 10% učesnika iz zajednice u razvojnim programima za menadžere
- Milion mladih obučeno kroz program osnaživanja
- Učešće u 20 partnerstava čiji je cilj 0% otpada
- Učešće 10% zaposlenih u volonterskim inicijativama
- 0 povreda sa fatalnim ishodom u našoj radnoj snazi
- Stopa povreda smanjena za 50% na 100 zaposlenih
- 50% žena na menadžerskim pozicijama

Kao društveno odgovorna kompanija, Bambi je takođe definisao misiju održivosti do 2030. godine. U narednim godinama nastavićemo sa odgovornim ponašanjem prema prirodi i njenim resursima, a pored toga i sa ulaganjem u nove unapređene tehnologije. Težićemo ka nabavci 100% sertifikovanog održivog kakao-a i potpunom prelasku na non-palm masti, a pored toga više od 90% ukupne ambalaže biće od recikliranih i/ili obnovljivih materijala. Naša strategija za upravljanje vodom orijentisana je ka smanjenju ukupne potrošnje vode za 12,5% i unapređenje tretmana otpadnih voda, dok ćemo, kada je reč o svetu bez otpada hrabro težiti ka zero waste otpadu na deponiji. Bambi od

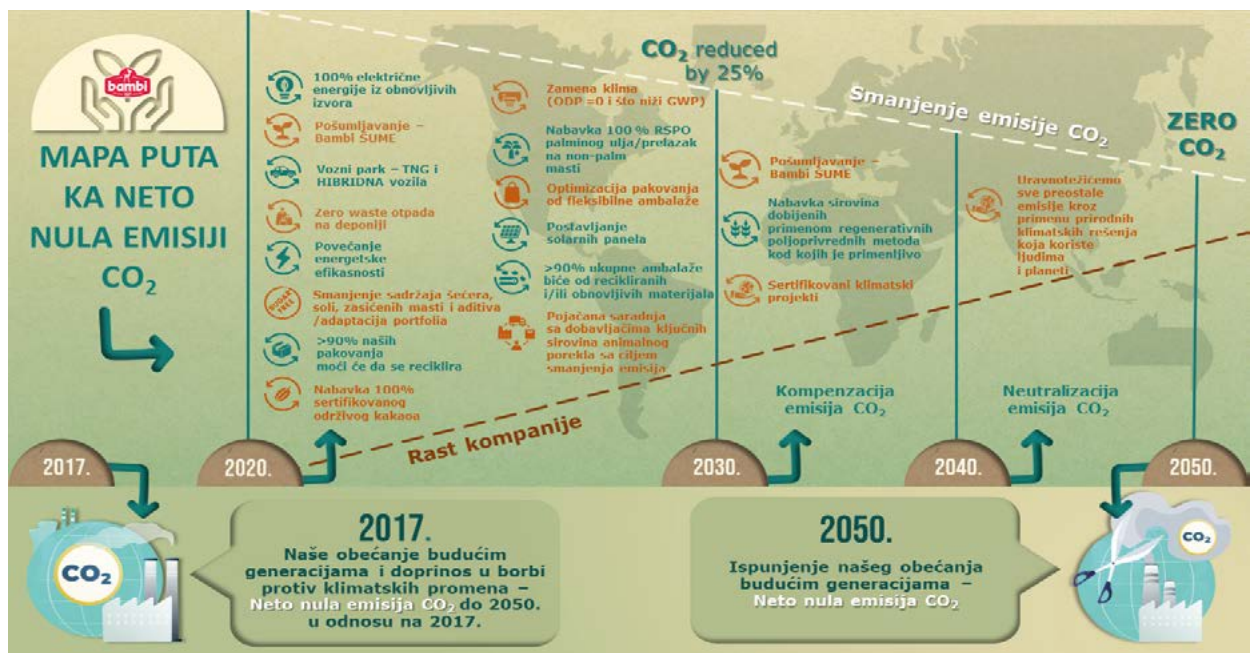
jula 2020. koristi električnu energiju iz 100 procenata obnovljivih izvora.

Posebno smo ponosni što smo na putu uštede energije i smanjenja emisije CO<sub>2</sub>, u toku poslednje 2 godine promenili čak 2/3 našeg voznog parka - vozila sa pogonom na fosilna goriva zamenili smo vozilima sa pogonom na tačni naftni gas. Do 2030. godine planiramo nabavku novih Bambi vozila sa pogonom na alternativne vidove energije - hibridni, poluhibridni i električni pogon. U prethodnoj godini započeli smo akciju pošumljavanja lokalne zajednice – 300 novih sadnica za našu Bambi šumu. Izuzetnu pažnju posvećujemo i pojačanju



saradnje sa dobavljačima sirovina animalnog porekla, kako bi naši proizvodi dostigli još viši nivo kvaliteta. Misijom održivosti obavezali smo se da ćemo nastaviti da budemo odgovorni i prema našim ljudima i zajednici u kojoj poslujemo kroz volonterske akcije, donacije i integrisane komunikacije o održivosti. I u budućem periodu bićemo podrška mladima na putu njihovog profesionalnog razvoja, a pored toga nastaviceo sa akcijom Teži ravnoteži kojom

edukujemo decu o prevenciji gojaznosti. Kako delimo vrednost da "Jednakost dolazi iz kuće" i sami smo se obavezali da do 2030. godine 50% upravljačkih pozicija zauzimaju žene. Zdravlje naših zaposlenih je na prvom mestu. Imajući to u vidu, organizujemo redovne besplatne sistemske lekarske preglede za sve naše zaposlene, a pored toga uvodimo i brojne wellbeing aktivnosti. Uz to, prioritet nam je težnja ka 0 povreda na radu.



## KARBONSKI NEUTRALNI DO 2040. GODINE

U 2021. godini smo se obavezali na postizanje ambicioznog ekološkog cilja koji predstavlja nastavak naše posvećenosti i nadovezuje se na našu dosadašnju integraciju društvenih i ekoloških obaveza koje preduzimamo u svakoj poslovnoj odluci. Verujemo da naš uticaj na životnu sredinu zajedno sa društveno ekonomskim razvojem naših zajednica predstavlja ključ za održivo poslovanje.

Coca-Cola HBC Grupa se obavezala da će do 2040. godine svesti direktne emisije gasova sa efektom staklene bašte na apsolutni minimum, dok ćemo u saradnji sa dobavljačima partnerski raditi da eliminiše 90% ugljeničnog otiska

poreklom od trećih strana. Gde god nije moguće u potpunosti eliminisati emisije gasova sa efektom staklene bašte, njihov efekat će biti umanjen ili u potpunosti uklonjen kroz investicije u druge mere zaštite od klimatskih promena. Do 2030. godine plan je da se emisije iz lanca vrednosti umanje za 25%, odnosno za dodatnih 50% u narednoj dekadi.

Više informacija o ovoj misiji nalazi se na globalnom sajtu:

<https://www.coca-colahellenic.com/en/a-more-sustainable-future/netzeroby40>



# DIJALOGOM I SARADNJOM DO REZULTATA

Stalni dijalog sa našim internim i eksternim zainteresovanim stranama neophodan je kako bismo adekvatno identifikovali relevantna ekonomska, društvena i pitanja koja su u vezi sa zaštitom životne sredine na koja treba da usmerimo svoju pažnju. Pored toga, konsultovanje zainteresovanih strana ključno je i za razvijanje najefikasnijih pristupa tim pitanjima.

Pored dijaloga sa zainteresovanim stranama, za identifikaciju materijalnih pitanja oslanjamo se i na svoj poslovni model, i na osnovu ta dva okvira definišemo ishode i rezultate koje želimo da postignemo, kako bismo stvorili vrednost za sve zainteresovane strane – u kratkom, srednjem i dužem roku.

Takođe, nastojimo da upravljamo svojim materijalnim temama u okviru novih UN ciljeva održivog razvoja, koji nam služe kao širi okvir i daju širi kontekst našim aktivnostima. Naš doprinos konkretnim ciljevima detaljnije je opisan u narednim poglavljima ovog izveštaja.

Početkom 2022. godine, sprovedena je anketa sa internim i eksternim zainteresovanim stranama o materijalnim temama i upoznatošću sa aktivnostima u oblasti održivosti kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi. Zainteresovane strane su upitane da navedu pet najznačajnijih tema u vezi sa održivošću, u odnosu na dva kriterijuma: uticaj na životnu sredinu i društvo tokom vremena, i značaju za naše zainteresovane strane (eksterne i interne). Učesnici u anketi imali smo mogućnost da biraju između 12 tema definisanih na nivou Coca-Cola HBC Grupe: Ambalaža i upravljanje otpadom, Dobrobit i uključivanje zaposlenih, Ekonomski uticaj, Ishrana, Klimatske promene, Korporativno upravljanje, Kvalitet proizvoda, Ljudska prava, različitost i inkluzija, Odgovoran marketing, Održiva nabavka, Učešće u lokalnoj zajednici, Upravljanje vodnim resursima, i mogućnost da navedu i druge teme koje smatraju značajnim. Drugi deo upitnika odnosio se na vrednosti koju, prema mišljenju učesnika, projekti koje kompanija sprovodi imaju za zajednicu, kao i na teme kojima bi, prema njihovom mišljenju, kompanija trebalo da se posveti u narednom periodu.



Sve teme identifikovane kao materijalne u strategiji kompanije, kao i od strane internih i eksternih stejkholdera, obrađene su u ovom izveštaju kroz pristup upravljanju, inicijative, i odgovarajuće pokazatelje učinka za svaku temu.

# ZAJEDNO STVARAMO I DELIMO VREDNOSTI

Strateški pristup održivosti koji primenjujemo podrazumeva uključivanje svih naših zainteresovanih strana – zaposlenih, kupaca, potrošača, dobavljača i zajednice. Kroz stalni dijalog koji je sastavni deo naših poslovnih aktivnosti, stičemo uvid u njihove potrebe i očekivanja koje uzimamo u obzir prilikom razvoja strategija i planova, i pružamo relevantne informacije o našem poslovanju.

## FORMIRAN PRVI SAVETODAVNI ODBOR KAO PODRŠKA ODRŽIVOM RAZVOJU I DVOSMERNJOJ KOMUNIKACIJI

Svesni da održivost zahteva saradnju i što širu bazu partnera, u saradnji sa našim dugogodišnjim partnerom Smart kolektiv, 2021. osnovali smo jedinstveno eksterno telo: Savetodavni odbor, u kojem smo okupili renomirane eksperte iz različitih oblasti: lokalne uprave, nevladinog sektora, poslovnih udruženja, obrazovnih institucija i medija.

Cilj ovog inovativnog odbora je da užu podršku, diskutuje i promoviše kontinuirani razvoj u ispunjavanju Misije održivosti kompanije.

Savetodavni odbor jedinstven je model pristupa održivosti ne samo u okvirima naše države, gde je prvo telo te vrste, već i unutar cele Coca-Cola HBC grupe. Nezavisna konsultacija članova u oblastima u kojima imaju posebna znanja, produbljuje saradnju kompanije sa ključnim partnerima i unapređuje poslovanje, a otvorena komunikacija i pogled iz nezavisnog ugla doprinosi kreiranju novih i još efikasnijih rešenja.

U 2021. Godini članovi odbora su predstavnici sledećih organizacija: AmCham, Privredna komora Srbije, Beogradska otvorena škola, WWF Srbija, Etno mreža, Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu, Delhaize Srbija, Fond B92, magazin Nedeljnik i SMART kolektiv.

Održana su tri sastanka Savetodavnog odbora, a posebno važan je doprinos koji su članovi dali u realizaciji projekta "Vlasina čista ljubav", gde su kao



mentori podelili svoja znanja sa privrednicima iz vlasinskog kraja.

Posebnu vrednost postojanja Odbora daje činjenica da smo i mi kao kompanija kroz ovaj mehanizam dijaloga unapredili svoje razumevanje određenih pitanja i doprinos pojednim oblastima.



**ZAPOSLENI**



- Ljudska prava, poštovanje različitosti i inkluzija
- Stvaranje najboljih timova, kroz obuke i motivisanje zaposlenih
- Dobrobit i uključivanje zaposlenih

Ulaganje u stručnost i motivisanost naših ljudi čini da zajedno napredujemo

- 4 Negujemo potencijal naših ljudi
- 5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj poslujemo

**ZAJEDNICA**



- Klimatske promene
- Zaštita vodnih resursa
- Ambalažni otpad
- Osnaživanje žena i mladih
- Ekonomski uticaji

Osnažujemo zajednice, doprinosimo javnom dobru i očuvanju životne sredine, što nas čini lokalnom kompanijom i obezbeđuje poverenje naših zajednica

- 3 Podstičemo rast kroz konkurentnost i investicije
- 5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj poslujemo

**POTROŠAČI**



- Širok asortiman i visok kvalitet proizvoda

Razumevanjem potreba doprinosimo održivosti našeg poslovanja

- 1 Pobeđujemo na tržištu
- 5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj poslujemo

**KUPCI**



- Identifikacija proizvoda, kanala i drugih prilika za rast i kreiranje vrednosti za naše kupce i za kompaniju
- 24/7 portfolio napitaka, koji prati razvoj potreba naših potrošača

Pomažemo kupcima da povećaju prodaju, kreirajući zajedničku vrednosti

- 1 Pobeđujemo na tržištu
- 2 Koristimo snagu svog jedinstvenog 24/7 portfolija

**DOBAVLJAČI**



- Rast cena sirovina, rada, ambalažnog materijala, energije i vode
- Smanjenje uticaja na životnu sredinu

Delimo znanje i ekspertizu, partnerski pronalazeći načine da resurse upotrebljavamo na najefikasniji način, smanjujući pritom troškove za našu kompaniju i obezbeđujući zdrav i održiv lanac nabavke

- 3 Podstičemo rast kroz konkurentnost i investicije
- 5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj poslujemo

**ORGANIZACIJE  
CIVILNOG  
DRUŠTVA**



- Klimatske promene
- Smanjenje ambalažnog otpada
- Održiva nabavka
- Partnerstvo sa zajednicama i lokalnim organizacijama
- Ljudska prava i inkluzija

Pažljivo pratimo i uzimamo u obzir ekspertizu organizacija u oblastima od značaja za održivost našeg poslovanja

- 5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj poslujemo

**AKCIONARI**



- Kvalitetno i efektivno upravljanje
- Profitabilnost i potencijal rasta našeg poslovanja
- Jačanje fokusa na ESG teme

Obezbeđujemo jake održive prihode i dividende, i puno razumevanje strategije, operativnih i finansijskih učinaka kompanije

- 1 Pobeđujemo na tržištu
- 2 Koristimo snagu svog jedinstvenog 24/7 portfolija
- 3 Podstičemo rast kroz konkurentnost i investicije
- 5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj poslujemo

**DRŽAVNE  
INSTITUCIJE**



- Javne politike od značaja za sektor industrije napitaka (opozivanje, zaštita životne sredine, zdravlje potrošača i javno zdravlje)

Transparentno komuniciramo naše stavove donosiocima odluka, u vezi sa pitanjima od značaja za naše poslovanje

- 5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj poslujemo

**COCA-COLA  
KOMPANIJA**



- Podrška kupcima, potrošačima i zajednicama
- Prilike za profitabilan rast
- Zajednička vrednost na tržištu
- Održiva nabavka

Ulaganje u sopstveno poslovanje i besprekorna egzekucija osigurava plodno partnerstvo i u budućnosti

- 1 Pobeđujemo na tržištu
- 2 Koristimo snagu svog jedinstvenog 24/7 portfolija
- 4 Negujemo potencijal naših ljudi
- 5 Zavređujemo poverenje zajednice u kojoj poslujemo

# LIDERSTVO U UDRUŽENIM INICIJATIVAMA

Kao lideri u oblasti održivosti, kroz aktivnost u poslovnim udruženjima preuzimamo inicijativu za deljenje iskustva i najboljih praksi, ali i odgovornost za motivisanje drugih kompanija da razvijaju održiv pristup poslovanju i partnerstvo sa lokalnim zajednicama.

Coca-Cola HBC Srbija i Bambi su aktivne članice poslovnih udruženja koja su usmerena na promociju i razvoj društveno odgovornih praksi i održivog razvoja: Foruma za odgovorno poslovanje, udruženja Globalni dogovor, NALED-a, Američke privredne komore u Srbiji, Privredne komore Srbija, Srpske asocijacije menadžera, Udruženja industrije mineralnih voda. Takođe, Coca-Cola HBC Srbija i Bambi su među osnivačima udruženja SEKOPAK, koje promovise održivo upravljanje ambalažom i ambalažnim otpadom.



SRPSKA ASOCIJACIJA  
MENADŽERA



AMCHAM SERBIA  
A LEADER IN CHANGE



NALED



ПРИВРЕДНА  
КОМОРА  
СРБИЈЕ



FORUM ZA  
ODGOVORNO  
POSLOVANJE



Network Serbia



# KORPORATIVNO UPRAVLJANJE

Naše prakse korporativnog upravljanja zasnovane su na iskustvima Coca-Cola HBC Grupe, koja prati učinak i unapređuje upravljačke modele na osnovu iskustava u poslovanju u različitim ekonomskim i regulatornim okruženjima, na tri kontinenta.

Upravljačku strukturu kompanije Coca-Cola HBC Srbija čine: Skupština, Nadzorni odbor i generalni direktor. Skupština imenuje Nadzorni odbor, dok Nadzorni odbor imenuje generalnog direktora. Skupštinu čini jedan član – kompanija CC Beverages Holdings II B.V. Nadzorni odbor je sastavljen od tri člana, čiji mandat traje četiri godine. Prema osnivačkom aktu, mandat generalnog direktora nije vremenski ograničen. Funkcija predsednika najvišeg upravljačkog tela i izvršna funkcija u kompaniji su razdvojene.

Rad članova menadžmenta evaluira se u procesu ocenjivanja individualnog učinka u odnosu na postavljene godišnje ciljeve. Pomenuti ciljevi podjeljeni su na sledeće ključne oblasti: biznis i finansije, menadžment, razvoj ljudi, rast i inovativnost, liderstvo, međuljudski odnosi, i korporativna društvena odgovornost. Godišnji bonusi povezani su sa ostvarenjem ciljeva u navedenim ključnim oblastima.

Odgovornosti u vezi sa održivim poslovanjem i društvenom odgovornošću u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija podeljene su između Sektora za kvalitet, bezbednost i zdravlje na radu i zaštitu životne sredine (QSE), i Sektora komunikacija i odnosa sa javnošću. U kompaniji Bambi za ovu oblast zadužena su dva tima - tim operativnog razvoja u okviru operacija i komunikaciono/komercijalni tim.





# UPRAVLJANJE RIZICIMA

Upravljanje rizikom pomaže nam da upravljamo neizvesnostima sa kojima naše poslovanje može da se suoči. Ove neizvesnosti se na poslovanje mogu održavati pozitivno ili negativno, i neophodno je da razumemo kako da se ophodimo u oba slučaja. Jedino iskorišćavanjem mogućnosti i upravljanjem negativnim posledicama možemo da ostanemo otporni kao kompanija i istovremeno obezbedimo rast. To postizemo kombinovanjem proaktivnih i reaktivnih mera koje nam omogućavaju da uvek ostanemo korak ispred potencijalnih geopolitičkih, ekoloških, društvenih, tehnoloških i ekonomskih rizika.

Na nivou celokupnog poslovanja, koristimo najširi pristup upravljanja rizikom, sa procesima koji obezbeđuju doslednost u načinu na koji prepoznajemo, analiziramo i reagujemo na rizike. Rizike razmatramo u ocenjujemo u nastojanju da razumemo kako pozitivne tako i negativne aspekte aktivnosti koje želimo da sprovedemo, i pripremimo planove za nepredviđene situacije. Ovakvo razumevanje rizika omogućava nam da upravljamo izloženošću rizicima tako da možemo da upravljamo i negativnim posledicama i da se izlažemo u meri koja nam omogućava da efikasno sledimo naše strateške ciljeve i da rastemo.

Sektor finansija je, unutar lokalne operacije, zadužen za upravljanje rizicima i rezilijentnost poslovanja i odgovoran je za realizaciju tih mera. Međutim, s obzirom da je za efikasno upravljanje rizicima neophodna stalna međusektorska saradnja, svi naši zaposleni, u svim zemljama i na svima pozicijama, imaju obavezu da proaktivno učestvuju u traženju i identifikovanju rizika, kao i da predlažu relevantne planove za njihovu kontrolu i ublažavanje. Uz to, pripadnost Coca-Cola HBC Grupi omogućava nam da iskustva sa drugih tržišta koristimo za proaktivno upravljanje rizicima.

Naš program upravljanja incidentima i rešavanja kriznih situacija, takođe poznat kao IMCR, vrlo je važan u ovom kontekstu, jer sledeći naše procese upravljanja kriznim situacijama možemo brzo da rešimo incidente i sprečimo ih da prerastu u krizu. S obzirom da je svaki proces proizvodnje nesavršen, uprkos najvišim

standardima, incidenti su sastavni deo poslovanja svake kompanije. Uz to, našu osetljivost za incidente povećava i činjenica da imamo veliki udeo na tržištu, odnosno da su naši proizvodi prisutni u svim domovima. Nacionalni IMCR Core Team oformljen tokom 2019. čine: direktor pravne službe za Srbiju i Crnu Goru, koji je i nacionalni IMCR koordinator, zatim lider za bezbednost, direktor održivog razvoja operacija, direktor za korporativne poslove i održivost i direktor za odnose sa javnošću i komunikacije The Coca Cola Company.



# KODEKS POSLOVNOG PONAŠANJA

Kodeks poslovnog ponašanja potvrđuje našu predanost da poslujemo u skladu sa svojim vrednostima, i svim zakonima, propisima i standardima koji važe u oblasti našeg poslovanja. Istovremeno, Kodeks pruža smernice u vezi sa očekivanjima koja kompanija ima od svih zaposlenih, pozivajući se takođe i na druge politike i smernice kompanije. Kodeks se zaposlenima obraća na sažetom i lako razumljivom jeziku, govoreći o stvarnim izazovima sa kojima se susreću u svakodnevnom poslovanju.

Kodeks se primenjuje na sve koji rade za Coca-Cola HBC Grupu širom sveta, bez obzira na lokaciju, ulogu ili godine staža. Od zaposlenih na određeno vreme, zaposlenih po ugovoru, konsultanata, agenata i bilo kog drugog lica koje postupa u ime kompanije, takođe se očekuje da se ponaša u skladu sa principima Kodeksa. Nepostupanje u skladu sa Kodeksom tretira se veoma ozbiljno i može dovesti do disciplinskog postupka, a u krajnjem slučaju i do otkaza.

Kodeksom poslovnog ponašanja obuhvaćen je integritet u kompaniji (međusobna saradnja, kvalitet proizvoda, zdravlje i bezbednost na radu, poslovna i finansijska dokumentacija, imovina kompanije, korišćenje informacija, sukob interesa), kao i integritet u zajednici (saradnja sa državnim službenicima, saradnja sa kupcima, dobavljačima i potrošačima, saradnja sa konkurencijom, zaštita životne sredine).

Svi zaposleni su u obavezi da pročitaju Kodeks i potpišu da su upoznati sa njegovim odredbama

prilikom potpisivanja ugovora o radu. Sumnje u vezi sa kršenjem Kodeksa zaposleni mogu da podnesu putem Reci! linije, koju održava nezavisna agencija, omogućavajući zaposlenima da izraze sumnju na poverljiv način. Pored toga, svoju sumnju mogu izraziti i neposrednom rukovodiocu ili licu zaduženom za usklađenost sa Kodeksom. O licima zaduženim za usklađenost sa Kodeksom svi zaposleni su obavešteni samim Kodeksom, i internim kanalima komunikacije.

Relevantna nadležna lica za usaglašenost sa Kodeksom, uz pomoć Službe Ljudi i kultura i u saradnji sa Službom interne kontrole i Pravnom službom na nivou Grupe, organizuju treninge za zaposlene, partnere i saradnike, kako bi ih informisali o Kodeksu, pomogli im da ga razumeju i primene u situacijama i okolnostima koje su njima važne, uključujući i potencijalne situacije kršenja Kodeksa. Svi zaposleni imaju obavezu da u roku od 60 dana od dana stupanja na rad prođu obuku o antikorupciji.

Služba interne kontrole periodično podnosi izveštaje višem rukovodstvu Kompanije o istragama koje vodi, istragama koje se očekuju i konačnim odlukama u skladu sa Kodeksom, uključujući preduzete disciplinske mere.

Osim zaposlenima, Kodeks poslovnog ponašanja se dostavlja i svim poslovnim partnerima kompanije, a takođe je i javno dostupan na našoj veb-stranici:

<http://rs.coca-colahellenic.com/rs/o-nama/politike/>.



# ANTIKORUPCIJA I SPREČAVANJE SUKOBA INTERESA

Pored Kodeksa poslovnog ponašanja, koji daje osnovne smernice u svim najvažnijim oblastima svakodnevnog poslovanja, antikorupcijske procedure posebno su definisane Pravilnikom o sprečavanju korupcije i usklađenosti poslovanja. Pravilnik propisuje zahteve kompanijske politike i procedure sa ciljem obezbeđivanja usklađenosti sa važećim zakonima o sprečavanju korupcije. Svi definisani zahtevi ilustrovani su odgovarajućim primerima situacija do kojih može doći u svakodnevnom poslovanju.

Navedeni pravilnik definiše naš pristup sprečavanju davanja i primanja mita, saradnji sa državnim službenicima, kao i sa drugim saradnicima – klijentima, kupcima, angažovanim trećim licima i poslovnim partnerima. Pravilnik daje i smernice o sukobu interesa i pružanju ili dobijanju poklona i usluga od saradnika.

Saradnji sa državnim službenicima posvećena je posebna pažnja. Pravilnik pruža objašnjenja koje sve državni službenik, koje su to situacije koje mogu navesti na korupciju i šta bi trebalo preduzeti da bi se korupcija sprečila. Pravilnik skreće pažnju zaposlenima na nultu toleranciju prema davanju novca javnim službenicima sa ciljem ubrzanja procesa rada.

Isto kao i u slučaju Kodeksa poslovnog ponašanja, svi zaposleni su u obavezi da pročitaju Pravilnik i potpišu da su upoznati sa njegovim odredbama. Kolektivnim ugovorom je definisano da zaposlenom može biti izrečena disciplinska mera predviđena zakonom ukoliko povrede Pravilnik o sprečavanju korupcije, uključujući i otkaz ugovora o radu.

U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija svi zaposleni, kao i svi članovi najvišeg upravljačkog tela, jednom godišnje imaju elektronsku obuku o antikorupcijskim politikama kompanije. Obuke se sprovode kao klasični treninzi i kao e-kursevi. Sadržaj treninga obuhvata prezentaciju pravila i primenu pravila na konkretnim primerima iz prakse. U kompaniji Bambi, obuku je tokom 2021. godine prošlo 80 zaposlenih (direktori, menadžeri, supervizori), uključujući i svih 7 članova najvišeg upravljačkog tela.

Analiza rizika od korupcije sprovodi se u svim sektorima kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi. Svi zaposleni koji u svom poslovanju saraduju sa državnim organima, ili poseduju diskreciono pravo pregovaranja o uslovima pod kojima se zaključuje komercijalni sporazum sa poslovnim partnerima, izloženi su potencijalnom riziku od korupcije. Nabavka je identifikovana kao posebno rizična oblast, te su osnovni principi antikorupcijske politike sadržani u obaveznom prilogu Vodeći principi za dobavljače, sa kojim su upoznati svi dobavljači robe i usluga, i koji su obavezni prilog i sastavni deo ugovora o nabavci robe i usluga. Pravilnik se dostavlja svim poslovnim partnerima, i javno je dostupan na našoj veb-stranici:

<http://rs.coca-colahellenic.com/rs/o-nama/politike/>.

Tokom 2021. godine u kompanijama Coca-Cola HBC Srbija i Bambi nije bilo potvrđenih slučajeva korupcije, kao ni javnih postupaka pokrenutih protiv kompanije ili zaposlenih.

## ZAŠTITA KONKURENCIJE

Imajući u vidu snagu kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi na tržištu, kao i snagu naših brendova, poklanjamo veliku pažnju zaštiti konkurencije i sprovodimo napredan program sa ciljem izrade i implementacije strategije nastupa na tržištu i edukacije zaposlenih. Izuzetno je važno razumeti i da pravila o zaštiti konkurencije, takođe, štite samu kompaniju od nedozvoljenih akcija drugih učesnika na tržištu. Za svakog našeg zaposlenog obezbeđen je primerak Pravilnika o zaštiti konkurencije, a od svih zaposlenih se očekuje da taj pravilnik pročitaju i da se ponašaju u skladu sa njim. Tokom 2021. godine za kompanije Coca-Cola HBC Srbija i Bambi nije bilo postupaka koji su u toku ili su završeni, a u vezi su sa ponašanjem koje je suprotno slobodnoj tržišnoj konkurenciji.



# 2 TRŽIŠTE



### PRIORITETNE OBLASTI:

- Upravljanje kvalitetom proizvoda
- Zdravlje potrošača
- Dodata vrednost za kupce
- Održivi sistem snabdevanja

### KLJUČNI POKAZATELJI:

- Procena zdravstvenih i bezbednosnih uticaja kategorija proizvoda
- Zahtevi u vezi sa pružanjem informacija i označavanjem proizvoda
- Udeo potrošnje na lokalne dobavljače
- Procenat novih dobavljača koji su podvrgnuti analitičkom pregledu prema kriterijumima u vezi sa uticajima na životnu sredinu i društvo

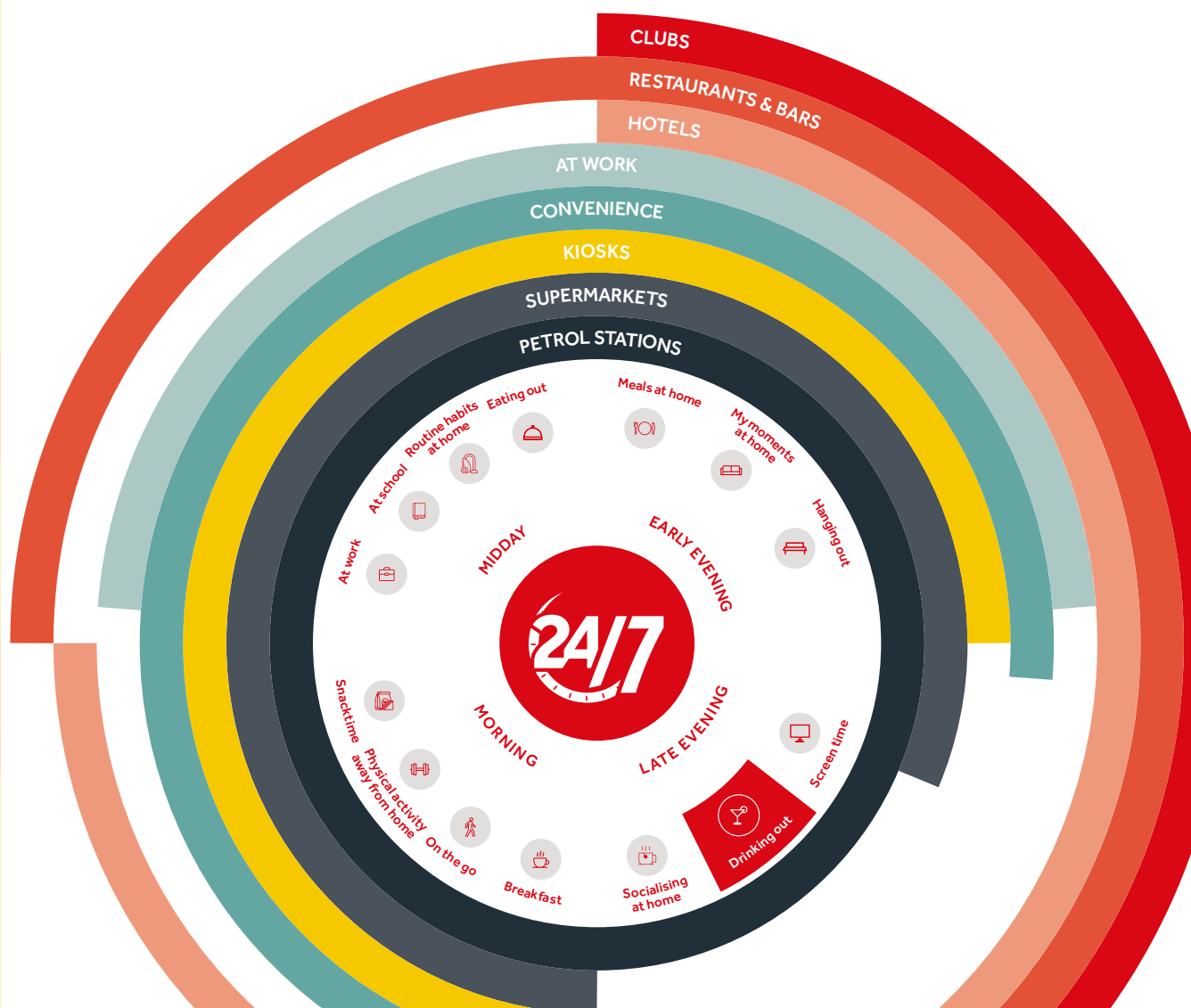
### DOPRINOS UN CILJEVIMA ODRŽIVOG RAZVOJA:



# PROIZVODI ZA SVE POTREBE POTROŠAČA





Portfolio naših proizvoda promenio se tokom proteklih pet godina i izvesno je da će se i na dalje menjati, prateći navike i potrebe naših potrošača. Naš cilj je da potrošačima ponudimo brendove, pakovanja i kategorije proizvoda za svaku priliku i za svako doba dana – od jutarnje kafe, preko

napitka uz ručak, do večernjeg koktela. Portfolio proizvoda kompanije Coca-Cola HBC Srbija je najснаžniji i najširi u industriji napitaka, i zajedno sa raznovrsnom ponudom kvalitetnih i ukusnih konditorskih proizvoda kompanije Bambi pruža potrošačima izbor koji će odgovoriti na njihove potrebe.



Naš "24/7" pristup podrazumeva oživljavanje proizvoda kroz proizvodnju, distribuciju, prodaju, aktivaciju i inovaciju našeg unikatnog i raznovrsnog portfolija koji prepoznaje svaku priliku za konzumaciju. Naš pristup tržištu je sve više segmentiran, kako bi se iskoristio pun potencijal ne samo svakog kanala, već i svakog mesta prodaje. Našom „route-to-market“ strategijom želimo da osiguramo da

odgovarajući proizvodi uvek budu dostupni na pravim mestima prodaje, u odgovarajućim pakovanjima i količinama, u pravo vreme i po odgovarajućoj ceni. Kreiramo vrednost za kupce i potrošače stalnim unapređivanjem našeg portfolija i razvijanjem partnerskih odnosa sa kupcima, kako bismo osigurali da proizvodi do kupaca dospeju brže i efikasnije.

Bezalkoholna gazirana pića	Voda	Voćni sokovi	Ledeni čajevi
<p><b>75,3%</b></p> <p><small>*% ukupnog prihoda Coca-Cola HBC Srbija</small></p> 	<p><b>11,5%</b></p> 	<p><b>6,9%</b></p> 	<p><b>1,1 %</b></p> 
Energetska pića	Biljni napici	Alkoholna pića	
<p><b>4,1%</b></p> 	<p><b>&lt;1%</b></p> 	<p><b>2%</b></p> 	

Naši interni standardi koji se odnose na odgovornost za proizvod:

## **Coca-Cola HBC Srbija**

- Politiku kvaliteta i bezbednosti prehrambenih proizvoda
- Politiku zdravlja i zdravog života potrošača
- Coca-Cola sistem upravljanja kvalitetom
- Politiku odgovornog marketinga
- Globalnu politiku o obeležavanju proizvoda – postavljanju deklaracije na prednju stranu proizvoda i uputstvo za dnevni unos kalorija
- Politiku odgovornog marketinga alkoholnih pića
- Politiku upotrebe genetski modifikovanih materija
- Vodeće principe za dobavljače



- Politika kvaliteta i bezbednosti proizvoda
- Politika integrisanog sistema upravljanja QMS/EMS/EnMS/FSMS/HACCP/OH&S
- Integrisani sistem upravljanja kvalitetom i bezbednošću hrane
- Politike upravljanja bezbednošću proizvoda
- Vodeći principi za dobavljače

## UPRAVLJANJE KVALITETOM PROIZVODA

Kako bismo osigurali visok kvalitet proizvoda, koji je ključan za održavanje odnosa poverenja sa kupcima i potrošačima i uspeh našeg poslovanja u celini, pored zakonskih propisa, poštujemo i druge striktno interne i eksterne standarde koji se odnose na kvalitet i zdravstvenu bezbednost svih proizvoda.

Bezbednost i kvalitet proizvoda predmet su opsežnih internih i eksternih kontrola, kao i preventivnih aktivnosti. Pored poštovanja važeće zakonske regulative Srbije, Coca-Cola HBC Srbija i Bambi pridržavaju se i brojnih globalnih standarda kvaliteta: sistema za upravljanje kvalitetom ISO 9001 i sistema za upravljanje bezbednošću hrane ISO 22000, ISO/TS 22002-1, PAS 223, FSSC 22000. Pored

toga, određeni proizvodi kompanije Bambi ispunjavaju i zahteve HALAL i Vegan sertifikata. Coca-Cola HBC Srbija, kao deo Coca-Cola kompanije, primenjuje i interne specijalizovane TCCC KORE zahteve uspostavljene na globalnom nivou – koji obuhvataju kvalitet i bezbednost proizvoda, zaštitu životne sredine i zaštitu na radu.

Unapređenje uticaja naših proizvoda na zdravlje i bezbednost ocenjuje se u svim fazama životnog ciklusa proizvoda: razvoj koncepta, istraživanje i razvoj, atestiranje, izrada i proizvodnja, marketing i promocija, skladištenje, distribucija, nabavka, upotreba i održavanje, odlaganje, ponovna upotreba, recikliranje. Pobrojane faze provere važe za sve proizvode





kompanije Bambi, kao i za sve proizvode kompanije Coca-Cola HBC Srbija, izuzev za Soft Sparkling program čiji se razvoj odvija u centrali Coca-Cola kompanije, dok su svi ostali postupci isti kao i za ostale proizvode.

Dosledna primena strogih standarda i stalno praćenje ključnih tačaka nabavke sirovina, proizvodnje i distribucije proizvoda do krajnjeg potrošača su naš prioritet. U kompanijama Coca-Cola HBC Srbija i Bambi tokom 2021. godine nije zabeležen nijedan slučaj nepridržavanja propisa i dobrovoljnih kodeksa u vezi sa uticajima naših proizvoda i usluga na zdravlje i bezbednost, kao ni opoziva ni povlačenja proizvoda sa tržišta.

Kako bismo našim kupcima i potrošačima pružili najsvežije napitke standardnog kvaliteta, u Coca-Cola HBC Srbija primenjujemo i sistem sveobuhvatnog upravljanja starošću proizvoda

(TAM – Total Age Management), koji je propisan od strane Coca-Cola HBC Grupe. Sprovođenje redovnog monitoringa tržišta pomaže nam da ispunimo krajnji cilj: da starost proizvoda na tržištu uvek bude ispod ustanovljenih specifikacija primarne starosti. S obzirom na to da naši proizvodi do potrošača stižu preko naših kupaca (distributeri, veleprodaja i veliki kupci), neophodno je da i oni budu uključeni u TAM, te naš tim redovno sprovodi edukacije o tom procesu i dobrim praksama skladištenja. O rezultatima TAM-a svakog meseca izveštavaju najviši rukovodioci na lokalnom nivou, kao i na nivou Coca-Cola HBC Grupe. U 2021. godini zabeležen je rezultat od 0 procenata expiry date, kao i primarna starost proizvoda od 96,59% za SSD za Juice 0% isteklog roka i 86% primarne starosti.

## KOMPANIJE COCA-COLA HBC SRBIJA I BAMBI PRUŽILE SU PODRŠKU KAMPANJI "TEŽI RAVNOTEŽI" KOJA IMA ZA CILJ SISTEMSKO REŠAVANJE PROBLEMA GOJAZNOSTI

U skladu sa našim globalnim naporima da doprinesemo kredibilnom i objektivnom pristupu u oblasti ishrane, i poboljšanju zdravlja čitave populacije, učestvovali smo u pokretanju nacionalne kampanje „Teži ravnoteži“. Inicijativa za nacionalnu kampanju došla je upravo od najvećih kompanija u prehrambenom sektoru Srbije, poput kompanija Coca-Cola, Bambi, Dr. Oetker, Marbo Produkt (PepsiCo), Mars i Nestlé okupljenih u Udruženju za prehrambenu industriju Privredne komore Srbije, a njeno sprovođenje odvija se pod pokroviteljstvom Ministarstva zdravlja Republike Srbije.



## GODINA INOVACIJA NAŠEG PORTFOLIJA

Sa promenom navika i potreba potrošača, koji od brendova ne očekuju više samo dobar kvalitet i cenu, već traže i alternative sa manje ili bez kalorija, premiumizaciju ili jednostavno nešto sasvim drugačije, menjamo se i mi. Za naš 24/7 portfolio 2021. je bila godina značajnih inovacija. Nastavili smo razvoj našeg sveobuhvatnog portfolija, pri tom spremno odgovarajući na trendove koje je nametnula nova realnost.

U kategoriji gaziranih pića, Fantra Tropical, naša najuspešnija inovacija ikad, došla je u praktičnom pakovanju od 0.5l. U 2021. godini, potrošači su birali Fantu Tropical Exotic kao jedan od najomiljenih ukusa.

Nova premium inovacija Schweppes Pink Mixer Style Tonic preslikala je rastući pink trend i na naše piće namenjeno odvažnima i onima koji to žele da budu. Schweppes Pink Mixer Style može da se konzumira sam ili u kombinaciji sa alkoholom.

Plasirajući na tržište Next limunade, u dva različita ukusa, potrošačima smo pored osveženja ponudili jednu sasvim novu kategoriju, koja je za kratko vreme pokazala svoj pun potencijal. U kategoriji negaziranih sokova, Next limunade doprinele su u velikoj meri rastu i verujemo da će se ovaj trend nastaviti i u periodu pred nama.

U kategoriji energetskih pića, ponudili smo propozicije sa nula kalorija, za oba brenda, Monster i Ultra. Na ovaj način smo pružili dodatani podsticaj za rast kategorije energije u našem portfoliju.

U 2022. godini proširili smo Rosa porodicu i naš portfolio – dodatkom gazirane vode Rosa Homolje. Sa izvora na dubini oko 280 metara i iz predivne prirode Homoljskih planina, Rosa Homolje ima sve preduslove da osvoji potrošače širom tržišta na kojim poslujemo. Posebnost ove vode ogleda se u tome da jedan litar zadovoljava čak 30% dnevnih potreba organizma za kalcijumom.



# SNAŽAN ULAZAK U KATEGORIJU KAFE

Jedna od najvećih inovacija, koja je značajno ojačala naš 24/7 portfolio, u 2021. godini dolazi u kategoriji kafe. Portfolio smo obogatili sa dve vrste kafe. Pravo iz Velike Britanije dolazi globalno prepoznat brend Costa coffee, dok je Vergnano jedna od najstarijih pržionica kafe u Italiji. Obe vrste kafe dostupne su u kapsulama, kao i kroz profesionalni asortiman kafe u zrnju koji je namenjen ugostiteljstvu. Ulazak na tržište kafe za kompaniju Coca-Cola HBC Srbija je veoma važan korak, usmeren ka tome da potrošačima ponudimo napitke za konzumaciju u svakoj prilici, 24 sata dnevno, 7 dana u nedelji.



## YES AND NO PORTFOLIO

Kako bismo zadovoljili sve intenzivniji potrošački trend koji u fokusu ima zdraviju ishranu i odabir zdravijih alternativa, Wellness je lansirao jedinstveni YES/NO koncept funkcionalnih biskvita koji ljubiteljima zdravijih opcija nudi priliku za uživanje i konzumaciju.

Oslanjajući se na svoju oprobanu recepturu, ali uz inovacije implementirane tako da zadovolje one koji preferiraju zdraviji životni stil, novi koncept u potpunosti pruža drugačije iskustvo u konzumaciji.

Sam dizajn novih biskvita u prvi plan ističe funkcionalnost, a YES i NO u okviru naziva, transparentno i jasno informiše da li su biskvitu dodati ili eliminisani određeni sastojci.

To zapravo znači da je kroz YES koncept, WELLNESS YES DIGEST PLUS naglasio dodatne funkcionalne benefite u sastavu samog biskvita, dok WELLNESS NO SUGAR ADDED 125G naglašava da je reč o zdravijoj opciji, bez neželjenih sastojaka.



## INOVACIJAMA OSVAJAMO SRCA POTROŠAČA

Uživanje u užini bez dodatog šećera nikada nije bilo ukusnije - u 2021. Bambi je lansirao funkcionalne wellness barove u novim ukusima – banana i malina i kakao, za dan ispunjen pokretom i optimizmom, i uživanje u bogatom ukusu banane ili maline bez dodatog šećera.



# ZDRAVLJE POTROŠAČA

Važni aspekti naše strategije u ovoj oblasti uključuju: izmenu receptura kako bi se smanjio udeo dodatog šećera, promovisanje nisko kalorijskih napitaka i napitaka bez kalorija, i širu dostupnost manjih pakovanja. Podržavamo smernice vodećih zdravstvenih institucija, uključujući i Svetsku zdravstvenu organizaciju, koje predviđaju da pojedinci ne bi trebalo da unose više od 10% ukupnog dnevnog unosa kalorija iz dodatog šećera. Smanjujemo količinu dodatog šećera u proizvodima kao što su Sprite i Fanta, koristeći našu snagu inovacija sa ciljem da odgovorimo na potrebe potrošača koje se stalno razvijaju.

Ciljevi održivosti Coca-Cola HBC Grupe do 2025. godine uključuju smanjenje kalorija u Soft Sparkling Drinks programu za 25% na 100 ml proizvoda u



odnosu na baznu godinu (2015.). Na nivou Grupe, u 2021. godini ostvareno je smanjenje od 15%.

Proizvodi Coca-Cola HBC Srbija ne sadrže veštačke arome, boje i konzervanse, ni genetski modifikovane sastojke, dok svojim praksama nabavke nastojimo da što viši procenat sastojaka dolazi sa lokalnog podneblja. U potrazi za inovacijama i prirodnim sastojcima, stalno istražujemo nove mogućnosti, poput upotrebe ekstrakta biljke stevije (Stevia) koja ima nula kalorija i predstavlja prirodnu alternativu veštačkim zaslađivačima. Na globalnom nivou, kompanija ulaže velika sredstva i u istraživanja aseptik tehnologije, zahvaljujući kojoj se voćni sokovi i negazirana voda proizvode bez dodataka konzervansa. Pre nego što stignu do naših potrošača, voćni sokovi, izotonični napici, i čajevi se pakuju dok su hladni – pomoću aseptičnih tehnologija, ili dok su vrući – pomoću tehnologije toplog punjenja. Aseptični, ultra čisti procesi i procesi

toplog punjenja (HF) eliminišu mikroorganizme koji utiču negativno na kvalitet proizvoda i na bezbednost potrošača.

Od ulaza sirovina, preko proizvodnje, do pakovanja gotovog proizvoda, skladištenja i transporta, Bambi primenjuje stroge kontrole u svim fazama procesa. Osim upravljanja preduslovnim programima, prijemna, procesna kontrola i završna kontrola obuhvataju širok opseg kriterijuma koje svaki Bambi proizvod mora da ispuni pre nego što se nađe u rukama potrošača. Pored redovnih kontrola koje propisuje zakonska regulativa, Bambi vrši i dodatne kontrole pojedinih sirovina prema zahtevima standarda FSSC.

## U BORBI PROTIV PREHRAMBENE PREVARE

**Jasmina Pešović,**  
Menadžer kontrole kvaliteta  
kompanija Bambi, nam objašnjava  
šta je to **food fraud**.

Prehrambena prevara je jedan od najozbiljnijih problema današnjice i sve češće se javlja usled složenog lanca snabdevanja, variranja cena, pritisaka da se cene smanjuju i prepoznavanja prilike da se zarada značajno poveća. „Food fraud“ predstavlja namernu zamenu, dodavanje ili uklanjanje sastojaka koji ulaze u sastav hrane, namerno pogrešno deklarisanje, nezakonito bogaćenje sa ciljem da se poveća percipirana vrednost ili smanji cena njegove proizvodnje.

Od 2011. godine kompanija Bambi sertifikovana je prema zahtevima standarda FSSC 22000 koji predstavlja sistem upravljanja bezbednošću hrane i obuhvata bezbednost hrane („Food Safety“), odbranu hrane („Food Defence“) i prevaru sa hranom („Food Fraud“). Poštovanjem svih zahteva navedenog standarda, kao i principa kroz analizu rizika, razvijeni su detaljni planovi provere i definisane mere kojima se osigurava da do potrošača stiže isključivo bezbedan i kvalitetan proizvod. Pored aktivne saradnje sa dobavljačima, analize sirovina koje često podležu falsifikovanju, ključan su deo procesa kontrolnih mera u našoj kompaniji i sprovode se u akreditovanim laboratorijama u Srbiji i Nemačkoj.

# VEGAN SERTIFIKACIJA BAMBI PROIZVODA

**Kata Mojović,**  
Menadžer razvoja proizvoda,  
kompanija Bambi



Kompanija Bambi, kao lider u industriji konditorskih proizvoda, 2020. godine je stekla pravo na korišćenje "Vegan" oznake - međunarodno priznati i registrovani simbol za označavanje veganskih proizvoda. Do sada smo sertifikovali čak 15 pojedinačnih artikla brenda Wellness i Plazma, a u skladu sa povećanjem potražnje proširujemo i naš vegan asortiman i samo u 2021. godini obogatili smo ga za još 5 pojedinačnih artikla.

"Vegan" sertifikacija utiče na održivost i tržišnost prehrambenih proizvoda, čineći je razlogom za prednost na tržištu uz poverenje koje daje potrošaču.

Oznaka „Vegan“ garantuje da proizvod koji ga poseduje ne sadrži sastojke ili nusprodukte životinjskog porekla, što znači da ni u jednoj fazi proizvodnje i prerade nisu korišćeni sastojci ili komponente životinjskog porekla, uključujući i aditive, nosače, arome, mirise, ukuse i enzime.

Kako bi proizvod nosio V-oznaku postoji niz kriterijuma koji se moraju ispoštovati tokom proizvodnog procesa i u samom lancu snabdevanja, što podrazumeva da sva dokumentacija koja podlože kontroli mora da se sastoji od specifikacije proizvoda, svih sirovina koje ulaze u sastav kao i uputstva za rad koja obezbeđuju da ne dođe do unakrsne kontaminacije u proizvodnom procesu.

Standardizovani kriterijumi i redovne provere sastojaka proizvoda i proizvodnih procesa, osiguravaju da „Vegan“ oznaka bude visoko cenjen simbol kvaliteta za veganske proizvode.

Proizvodi koji su odobreni za nosioca V-oznake podležu laboratorijskim analizama na licu mesta, nakon čega se izdaje "Vegan" sertifikat. Ceo proces sertifikovanja proizvoda V-oznakom zaokružuje se postavljanjem logotipa na ambalažu gotovog proizvoda.

Veganstvo kao način ishrane, poslednjih godina stvara masovnu svest potrošača podstičući razvoj i upotrebu alternativnih sastojaka, bez ugrožavanja životinja, a u korist ljudi i životne sredine. 80% populacije koja konzumira veganske proizvode ne smatra sebe veganima, već su izabrali veganstvo kao način ishrane i zdravijeg životnog stila.

"Vegan" sertifikat kao visoko cenjeni simbol kvaliteta za veganske proizvode garantuje svakom potrošaču da proizvod koji kupuje nema nijedan sastojak životinjskog porekla.

Kompanija Bambi podržava stilove života svojih potrošača i njihove izbore, naročito kada je reč o ishrani. Kvalitetnim proizvodima nastojimo da izađemo u susret različitim ukusima naših potrošača, a proizvodima koji nose oznaku „Vegan“, odgovaramo i na potrebe onih koji su se opredelili za veganski stil ishrane.

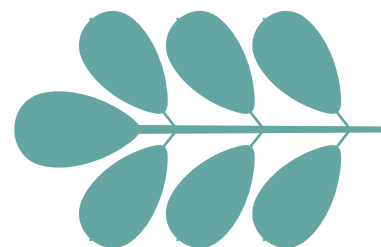
# ODGOVORAN MARKETING U KOMPANIJI COCA-COLA HBC SRBIJA



Napredne globalne prakse u domenu marketinga sprovode se i u Srbiji, uz nadležnost Coca-Cola kompanije i Coca-Cola HBC Srbija. Pored toga, angažovani smo na razvoju, promociji i primeni etičkih kodeksa koji se odnose na odgovoran marketing prema deci i na prodaju napitaka u školama (UNESDA podrška EU Platformi za ishranu, fizičku aktivnost i zdravlje, EU Izjava o marketingu prema deci, Globalne smernice o marketingu prema deci - Međunarodni savet udruženja proizvođača pića). U skladu sa našom Politikom odgovornog marketinga, poštujemo ulogu roditelja i staratelja i ne obraćamo se direktno deci ispod 12 godina. To znači da se naši proizvodi ne reklamiraju u osnovnim školama, u bilo kom mediju čiju ciljnu grupu čine deca ispod 12 godina (uključujući televizijske programe, štampane medije, veb sajtove, društvene mreže, filmove, kao i sms, odnosno imejl marketing), kao ni u medijima čiju ciljnu grupu čine deca ispod 12 godina. Njih definišemo kao medije čijih 35% ili više gledalaca pripadaju deci ispod 12 godina, u onim slučajevima u kojima je moguće dobiti ovu informaciju.

Globalna politika odgovornog marketinga takođe podrazumeva i ravnomerno oglašavanje mineralnih voda i prirodnih sokova, manjih pakovanja proizvoda, kao i promovisanje sportskih i fizičkih aktivnosti.

Takođe, u skladu sa globalnom Politikom o deklarisanju proizvoda (The Coca-Cola Company's global marketing commitment and global policy for front-of-pack labeling), pridržavamo se i principa da deklaracija sa informacijama o proizvodu bude pozicionirana na prednjoj strani proizvoda, kako bi bila uočljivija. Kada je reč o oglašavanju i promociji alkoholnih pića koje kompanija Coca-Cola HBC distribuira i prodaje u ime svojih poslovnih partnera, Politikom odgovornog marketinga alkoholnih pića definisan je niz ograničenja, koja osiguravaju da marketinške kampanje budu usmerene isključivo na punoletne osobe i da sadrže poruke o odgovornom konzumiranju. Usklađenost sa ovom politikom proverava se periodičnim internim revizijama.



## KANALI KOMUNIKACIJE SA KUPCIMA

Glavni kanali komunikacije sa potrošačima su web sajt [www.coca-cola.rs](http://www.coca-cola.rs) i Coca-Cola aplikacija. Preko ovih platformi se realizuju i svi programi i promocije za potrošače.

Našim potrošačima dostupni su i besplatna telefonska linija i e-mail adresa, koji su jasno istaknuti na etiketama proizvoda i na sajtu kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi. Pored odgovora na svaki zahtev potrošača, evidentira se i zadovoljstvo dobijenim odgovorima. Rok za odgovor na upit/žalbu saopštava se svakom pozivaocu posebno i zavisi od prirode zahteva. Svi pozivi se prate pomoću programa u kojem operater beleži sve pozive, žalbe i zahteve i pomoću toga se sačinjava redovni izveštaj na mesečnom, kvartalnom i godišnjem nivou.

### Coca-Cola HBC Srbija



BESPLATNA INFO LINIJA  
**0800 11 22 33**



E-MAIL ZA PITANJA I KOMENTARE:  
**[pr.rs@cchellenic.com](mailto:pr.rs@cchellenic.com)**



E-MAIL ZA PITANJA I KOMENTARE  
U VEZI SA ZAŠTITOM PODATAKA O LIČNOSTI:  
**[DataProtectionOffice@cchellenic.com](mailto:DataProtectionOffice@cchellenic.com)**



VEB SAJT:  
**[www.coca-colahellenic.rs](http://www.coca-colahellenic.rs)**

### Bambi



BESPLATNA INFO LINIJA  
**0800 33 44 55**



E-MAIL ZA PITANJA I KOMENTARE:  
**[vasikomentari@bambi.rs](mailto:vasikomentari@bambi.rs)**



E-MAIL ZA PITANJA I KOMENTARE  
U VEZI SA ZAŠTITOM PODATAKA O LIČNOSTI:  
**[DataProtectionOffice@bambi.rs](mailto:DataProtectionOffice@bambi.rs)**



VEB SAJT:  
**[www.bambi.rs](http://www.bambi.rs)**

## DODATNA VREDNOST ZA NAŠE MNOGOBROJNE KUPCE

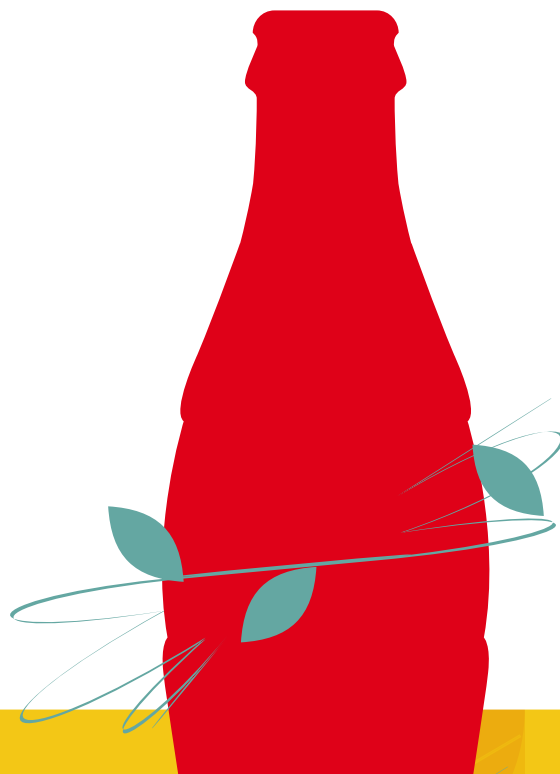
Coca-Cola HBC Srbija ima više od 37.000 kupaca – prodavnica, restorana, supermarketa, diskontnih lanaca i drugih objekata u kojima se prodaju naši proizvodi. Naš uspeh i uspeh naših kupaca neraskidivo su povezani. Tokom globalne pandemije, naši prioriteti su bezbednost, podrška i neometano snabdevanje. Bili smo uz naše kupce iz HORECA sektora tokom zatvaranja u 2020. godini, i nastavili da ih podržavamo i dok su ograničenja izazvana pandemijom popuštala. Ovaj izazovan period pokazao je vrednost partnerskog odnosa sa kupcima, i još jednom istakao potrebu da stalno razvijamo naše kapacitete da odgovorimo na nove i promenljive načine konzumacije i kupovine.

Da bismo to ostvarili, potrebna je precizno targetirana podrška kupcima, koja dolazi od naših vrhunski obučених menadžera za odnose sa ključnim kupcima. Naši prodajni timovi usko su specijalizovani za svoje segmente tržišta, a podršku za optimalan pristup identifikaciji proizvoda, kanala i prilika za rast dobijaju i zahvaljujući naprednim tehnološkim rešenjima, koja pružaju analizu podataka i povratnih informacija od kupaca u realnom vremenu. Napredna analiza podataka omogućava nam da sprovodimo fokusirane inicijative koje će doneti značajnu vrednost našem poslovanju i poslovanju naših kupaca. Fokusirani smo na četiri prioritetne oblasti: segmentirana izvršenja – identifikovanje potreba kupaca na različitim lokacijama i različitim kanalima prodaje kako bismo bolje prilagodili asortiman i marketiške aktivnosti; predviđanje potražnje – na kratak i dugi rok, što omogućava optimalno upravljanje zalihama; upravljanje promocijama, kroz detaljan uvid u rezultate; i zadržavanje kupaca, boljim razumevanjem uzroka i pokretača uspeha.



Coca-Cola HBC Srbija ima više od

# 35.000 kupaca





# BRŽOM DIGITALIZACIJOM ODGOVARAMO NA POTREBE TRŽIŠTA



Tokom pandemije svedočili smo nikad bržoj digitalizaciji u svim sferama poslovanja i svim oblastima. Za nas kao kompaniju to je značilo takođe brzo prilagođavanje, a potom i stratešku primenu digitalizacije u poslovanju.

U 2021. ubrzali smo digitalizaciju, primenu novih tehnologija i proširili analitiku. Digitalizacija nam pruža bolje razumevanje mogućnosti koje su pred nama, kao i ostvarenje planiranih ciljeva i rasta.

Primenom Robotic Process Automation (RPA) tehnologije stvorili smo preduslove za automatizaciju određenih poslovnih procesa. Automatizacijom ubrzavamo procese, poboljšava se kvalitet, preciznost i tačnost izvršenja. Sa druge strane, važan benefit je što naše kolege to vreme mogu da ulože u produktivnije zadatke, kao i da se još više fokusiramo na kupca i njegove potrebe.

Uz pomoć 6 posebno dizajniranih softvera (robo-ta) uštedeli smo ukupno 1724 radna dana! Trenutno je ova vrsta automatizacije primenjena na određene vrste porudžbenica, određene izveštaje i master data zahteve.

Image Recognition (IR), poseban softver dizajniran da pomogne našim kolegama iz prodaje na terenu, nakon starta u 2021. godini beleži ekspanziju. Evo primera kako funkcioniše IR: naš kolega na terenu umesto ručnog unosa odgovora u RED anketama, slika naš frižider i softver će automatski popuniti asortiman, prepoznati da li su ispoštovani svi standardi i slično. Na ovaj način, dobijamo realniju sliku i bolje podatke u realnom vremenu, što značajno unapređuje naše interne procese. Očekujemo dalji rast korišćenja ovog softvera, kao i uvođenje na druga tržišta u okviru poslovne operacije.

U 2021. godini implementirali smo i Big Data Advance Analytic (BDAA), posebno "jezero podataka" koje analizira različite podatke i daje prepruke business developer-u u delu unapređenja. Kroz BDAA dobijamo dve vrste preporuka: preporučene porudžbenice/proizvode za određeni objekat, kao i aktivnosti koje treba sprovesti u tom objektu.

# ZADOVOLJSTVO KUPACA = ZADOVOLJSTVO KOMPANIJE

Istraživanje zadovoljstva kupaca se u kompaniji Coca-Cola HBC od 2020. sprovodi kroz Customer gauge platformu. Nova online platforma obezbeđuje mogućnost izveštavanja u realnom vremenu prema svim službama u okviru kompanije, obezbeđujući na taj način pravovremene reakcije u svim segmentima u kojima možemo poboljšati odnos sa našim kupcima ili kroz kros-funkcionalne timove obezbediti dugoročna unapređenja procesa i trajna rešenja.

Istraživanjem se tokom godine pokriva kompletno vizitirano tržište - direktni i indirektni kupci. Svaki kupac dva puta godišnje dobija upitnik putem i-mejla. Anketa sadrži niz pitanja relevantnih za poslovanje kompanije, portfolio, brendove, kompletan servis ka kupcu od unosa porudžbenice, isporuke, fakturisanja, odnos sa našim zaposlenima, dostupnost opreme, transparentnost komercijalne politike.

Komercijalista koji obilazi kupca najavljuje anketu i daje tehničke informacije o samom istraživanju i podstiče kupca da da povratnu informaciju o saradnji sa našom kompanijom. Kupac na postavljena pitanja u upitniku odgovara ocenom sveukupne saradnje sa našom kompanijom od 1-10, na osnovu čega se izračunava NPS (net promoter score). Nakon što da ocenu, kupac bira ključne pokretače koji su uticali na odluku o njegovoj oceni – primarne i sekundarne koji su potkategorija primarnih.

Rezultati za 2021. godinu pokazali su da su najvažniji primarni pokretači za kupce Marketing-stvaranje zajedničke vrednosti, i Portfolio i ponuda brendova.

Istraživanje zadovoljstva kupaca koje se kontinuirano sprovodi, za kompaniju Bambi realizuje eksterna agencija. Istraživanje se obavlja na dva nivoa: anketiraju se kupci po maloprodajnim objektima i centrale ključnih kupaca (KA centrale). Obuhvaćeni su različiti formati objekata, uključujući i traditional trade i modern trade. U anketi, kupci su odgovarali na pitanja u vezi sa dobavljačima sa kojima saraduju, a rezultati su prikazani u formi dobijenih poena i poređenja sa rezultatima drugih dobavljača.

U poslednjem sprovedenom istraživanju, kupci su odgovarali na set pitanja kojima procenjuju zadovoljstvo saradnjom sa kompanijom, kao dobavljačem i to po nekoliko ključnih oblasti saradnje, a sve u cilju uvida u percepciju kupaca i omogućavanja blagovremene reakcije u vezi sa svim potencijalnim tačkama na kojima postoji mogućnost unapređenja odnosa i rast.

Pitanja se odnose na aspekte adekvatne i pravovremene usluge dostave, zadovoljstvo trejd i marketing aktivnostima koje kompanija sprovodi, saradnjom sa predstavnicima kompanije kao i podrškom kompanije ostvarivanju zajedničkog rasta kroz pružanje informacija, zajedničke planove i saradnju.

Ispitano je ukupno 1119 kupaca, a pozitivne odgovore na ukupno zadovoljstvo saradnjom sa kompanijom dalo je 99% ispitanika uz zabeležen rast u odnosu na prethodni talas merenja. Kada se posmatra u odnosu na sve izmerene parametre, Bambi dobija najviše ocene u pogledu poslovnog odnosa, podrške i logistike. Na osnovu rezultata istraživanja organizuju se aktivnosti usmerene na segmente u kojima je identifikovan prostor za unapređenje.

## KANALI KOMUNIKACIJE SA KUPCIMA

Sa ciljem konstantnog unapređenja usluga i saradnje, kupcima su na raspolaganju besplatne info-linija, koja pružaju informacije o svim aspektima saradnje, porudžbenicama i dostavi proizvoda. Pored odgovora na svaki zahtev kupaca, evidentira se i zadovoljstvo dobijenim odgovorima. Isto kao i u slučaju potrošača, rok za odgovor na upit/žalbu saopštava se svakom pozivaocu posebno i zavisi od prirode zahteva.

### Coca-Cola HBC Srbija



BESPLATNA INFO LINIJA  
**0800 300 302**



E-MAIL ZA PITANJA I KOMENTARE:  
**kupac@cchellenic.com**

### Bambi



BESPLATNA INFO LINIJA  
**064 878 44 00**



E-MAIL ZA PITANJA I KOMENTARE:  
**customerservice@bambi.rs**

# ODRŽIVI SISTEM SNABDEVANJA

Dobavljači od kojih nabavljamo visoko kvalitetne sastojke, sirovine iz održive proizvodnje, opremu i usluge su naši važni partneri, koji doprinose uspehu i održivosti našeg poslovanja. Podstičemo dvosmernu komunikaciju i konstantno unapređujemo odnose sa svojim dobavljačima. Prilikom evaluacije saradnje, dobavljači imaju mogućnost da pruže povratne informacije o zadovoljstvu saradnjom, dok je telefonska Rec! linija takođe na raspolaganju dobavljačima za prijavljivanje svakog potencijalnog kršenja procedura od strane naših zaposlenih.

Jedan od ciljeva održivosti na nivou Coca-Cola HBC Grupe je da do 2025. godine 100% poljoprivrednih sirovina koje ulaze u sastav naših proizvoda bude nabavljeno iz izvora usklađenih sa principima održive poljoprivrede. Za 2021. godinu, ovaj udeo je na nivou Grupe iznosio 80%, uz to što je uvećanje proizvodnje u 2021. zahtevalo uključivanje novih dobavljača koji će biti sertifikovani u bliskoj budućnosti.

Dobavljači Coca-Cola HBC Srbija su podeljeni na indirektno i direktno – one koji isporučuju proizvode koji čine sastavni deo gotovog proizvoda. Coca-Cola HBC je među najvećim kupcima i korisnicima šećera, boca, nalepnica, promotivnog materijala i usluga u regionu. Za indirektno dobavljače, raspoloživost i mogućnost odgovora u kratkom roku su značajni kriterijumi, dok su za direktno najznačajniji pouzdanost, kontinuitet, visok stepen kvaliteta i fleksibilnost. Pored direktnih i indirektnih, Bambi ima i „sourcing“ dobavljače, odnosno deo nabavke zadužen za pribavljanje proizvoda koje Bambi lansira pod svojim brendovima i za svoj račun, a koje uslužno za Bambi proizvode proizvođači konditorskih proizvoda u zemlji i inostranstvu. Kriterijumi sourcing-a za dobavljače proizvoda su pouzdanost, kontinuitet i kvalitet po standardima Bambija.

Utrošeno budžeta za nabavke kompanije Coca-Cola HBC Srbija

## 85,69%

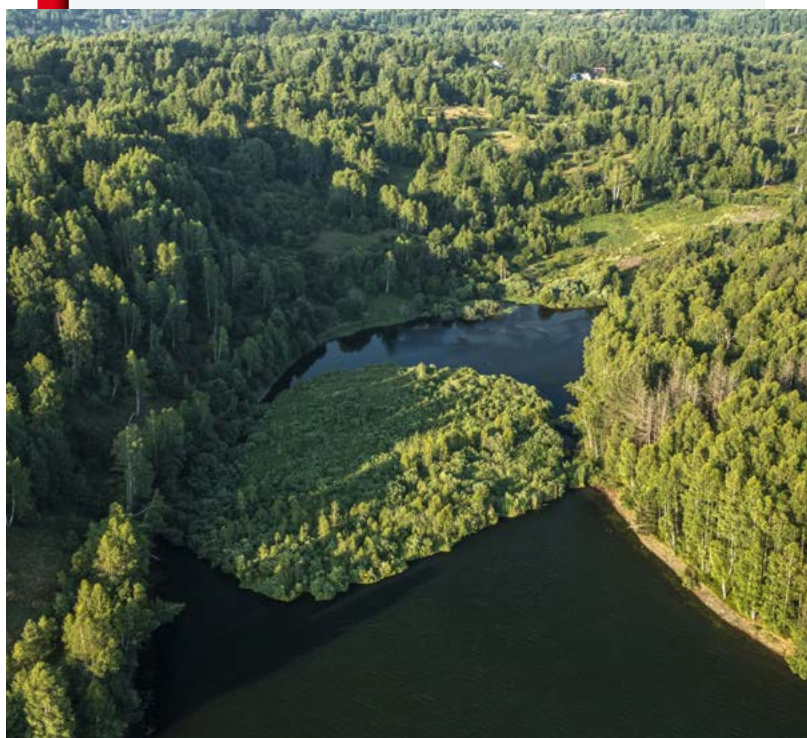
U 2021. godini, na domaće dobavljače utrošeno je 85,69% budžeta za nabavke kompanije Coca-Cola HBC Srbija, kao i 73,66 % budžeta za nabavke kompanije Bambi, što predstavlja naš indirektno doprinos lokalnoj ekonomiji.

Od naših dobavljača zahtevamo izvrsnost i poštovanje visokih standarda koji dokazuju da na odgovarajući način brinu o ključnim sistemima od važnosti za naše poslovanje:

- **Upravljanje kvalitetom – ISO 9001**
- **Upravljanje zaštitom životne sredine – ISO 14001**
- **Bezbednost i zdravlje na radu – OHSAS 18001**
- **Bezbednost hrane – FSSC 22000 i GFSI – Globalna inicijativa za bezbednost hrane (važi samo za dobavljače sastojaka i ambalaže Coca-Cola HBC)**

## PRVI VIRTUELNI DOGAĐAJ ZA DOBAVLJAČE POSVEĆEN ODRŽIVOSTI

U 2021. godini na nivou Coca-Cola HBC Grupe održan je prvi događaj za dobavljače posvećen održivosti. Tokom virtuelnog događaja sa više od 300 učesnika, predstavnici kompanije i eksterni stručnjaci predstavili su informacije o najvažnijim pitanjima vezanim za životnu sredinu, društvo, i upravljanje (ESG) koja utiču na našu industriju. Takođe, predstavljeni su i primeri dobre prakse i nove prilike koje poslovanje u skladu sa principima održivosti donosi.



# VODEĆI PRINCIPI ZA DOBAVLJAČE COCA-COLA HBC

Standardi koje su dobavljači kompanija Coca-Cola HBC i Bambi u obavezi da poštuju sadržani su u Vodećim principima za dobavljače (Suppliers Guiding Principles – SGP). Prema ovom dokumentu, od dobavljača se očekuje da svoje poslovanje obavljaju sa namerom da zaštite i očuvaju životnu sredinu. Kao minimum, očekujemo da dobavljači poštuju važeće zakone, pravila i regulative o životnoj sredini, na nivou svih svojih operacija u svim zemljama u kojima posluju. Ukoliko osam ključnih Konvencija Međunarodne organizacije rada (MOR) uspostavljaju više standarde u odnosu na lokalno zakonodavstvo, dobavljač je u obavezi da ispuni standarde MOR-a. Ovi standardi odnose se na dečiji rad, prisilni i prinudni rad, zlostavljanje na radu, udruživanje i kolektivno pregovaranje, plate i beneficije, radno vreme i prekovremeni rad, zdravlje i bezbednost na radu. Uz to, Vodeći principi obuhvataju i standarde koji se odnose na konflikt interesa, poslovno i finansijsko izveštavanje, rizik od korupcije, i zaštitu podataka.

Coca-Cola HBC i Bambi zadržavaju pravo da raskinu ugovor sa svakim dobavljačem koji nije u stanju da demonstrira poštovanje zahteva iz Vodećih principa za dobavljače.

Pored poštovanja Vodećih principa za dobavljače, a sa ciljem minimiziranja bilo kakvog negativnog ili štetnog uticaja kroz lanac nabavke, intenzivno pratimo tržište svih ključnih materijala i usluga koji se nabavljaju, obavljamo razgovore sa sličnim kompanijama iz drugih industrija koje takođe koriste usluge, odnosno proizvode istih ili sličnih dobavljača, i intenzivno komuniciramo sa centralnom nabavkom Coca-Cola HBC Grupe u vezi sa mogućim pretnjama na globalnom tržištu.

Komunikacija sa dobavljačima odvija se putem onlajn platforme, koja omogućava stalnu dostupnost informacija o fakturi i statusu nabavke, i pojednostavljuje proces verifikovanja i odobravanja faktura od strane naših zaposlenih.

2021.	Coca-Cola HBC Srbija	Bambi
<b>BROJ NOVIH REGISTROVANIH DOBAVLJAČA</b>	<b>95</b>	<b>50</b>
<b>PROCENAT NOVIH DOBAVLJAČA KOJI SU PODVRGNUTI PROCENI PREMA KRITERIJUMIMA DRUŠTVA ZA ZAŠTITU ŽIVOTNE SREDINE</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>PROCENAT NOVIH DOBAVLJAČA KOJI SU PODVRGNUTI PROCENI PREMA KRITERIJUMIMA VEZANIM ZA DRUŠTVO</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Pomenuti principi predstavljaju sastavni deo ugovora sa dobavljačima - prilikom potpisivanja ugovora, dobavljači su obavezni da potpišu i posebnu izjavu kojom se dodatno obavezuju da će poštovati Vodeće principe. SGP mora potpisati svaki dobavljač, nezavisno od vrednosti ugovora.

Procenu usaglašenosti internih poslovnih procesa dobavljača sa navedenim principima obavljaju nezavisne agencije koje angažuje Coca-Cola kompanija. Ova procena obuhvata i poverljive razgovore sa zaposlenima i drugim angažovanim licima. Ukoliko se utvrdi da dobavljač nije poštovao bilo koji aspekt Vodećih principa za dobavljače, od dobavljača se očekuje da preduzme korektivne mere.

Saradnju sa dobavljačima evaluiramo jednom godišnje, na osnovu posebne procedure (Supplier Evaluation & Authorization Procedure). Godišnja evaluacija podrazumeva i obaveznu proveru sertifikata koji su u vezi sa kvalitetom i životnom sredinom.

Tokom 2021. godine sprovedenim auditima nisu utvrđeni negativni uticaji na društvo ili životnu sredinu ni kod jednog dobavljača kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Bambi, i nijedna saradnja sa dobavljačem nije prekinuta po tom osnovu.

# 3 RADNO OKRUŽENJE



### PRIORITETNE OBLASTI:

- Fer radno okruženje
- Privrženost zaposlenih
- Razvoj zaposlenih
- Zdravlje i bezbednost

### KLJUČNI POKAZATELJI:

- Ukupan broj novozaposlenih i fluktuacija zaposlenih
- Procenat zaposlenih obuhvaćenih kolektivnim ugovorom
- Sastav upravljačkih tela
- Broj i ishod žalbi u vezi sa radnim i ljudskim pravima
- Prosečan broj sati obuke po zaposlenom
- Procenat zaposlenih koji dobijaju ocenu radnog učinka
- Povrede na radu

### DOPRINOS UN CILJEVIMA ODRŽIVOG RAZVOJA:



# RADNO OKRUŽENJE

Negovanje potencijala naših zaposlenih predstavlja jedan od pet stubova naše strategije pod nazivom Naš put uspeha 2025, usvojene na nivou Coca-Cola HBC Grupe. Posvećeni smo negovanju potencijala zaposlenih i obezbeđivanju najboljih mogućnosti za profesionalni razvoj. Cilj kojem težimo jeste da promovišemo i unapređujemo kulturu inkluzivnog rasta, u okruženju u kome su ravnopravnost i sva druga prava zaposlenih garantovana. I tokom 2021. godine jedan od naših najvažnijih prioriteta bila je zaštita zdravlja zaposlenih, i obezbeđivanje uslova za bezbedan rad, u uslovima pandemije Covid19.

Naši interni standardi koji se odnose na odgovornost u radnom okruženju jesu:

COCA-COLA HBC SRBIJA

- **Kodeks poslovnog ponašanja**
- **Politika jednakosti**
- **Politika ljudskih prava**
- **Politika zaštite zdravlja i bezbednosti na radu**
- **Politika produktivnog rada**

BAMBI

- **Kodeks poslovnog ponašanja**
- **Pravilnik o zaštiti uzbuđivača i zaštiti zaposlenog od zlostavljanja na radu**
- **Politike nagrađivanja u operacijama**
- **Politika zaštite zdravlja i bezbednosti na radu, koja je uređena kolektivnim ugovorom iz oblasti bezbednosti i zdravlja na radu**



## FER RADNO OKRUŽENJE

Poštovanje ljudskih prava je od fundamentalnog značaja za održivost kompanije Coca-Cola HBC i zajednica u kojima poslujemo. U našoj kompaniji smo posvećeni obezbeđivanju da ophođenje prema zaposlenima bude sa dostojanstvom i poštovanjem.

Politika ljudskih prava kompanije Coca-Cola HBC se zasniva na međunarodnim principima o ljudskim pravima, koji su obuhvaćeni Univerzalnom deklaracijom o ljudskim pravima, Deklaracijom o osnovnim principima i pravima na radu Međunarodne organizacije rada, Globalnim dogovorom Ujedinjenih nacija i Vodećim principima Ujedinjenih nacija o poslovanju i ljudskim pravima.

Politika ljudskih prava se primenjuje u kompaniji Coca-Cola HBC, u subjektima u njenom vlasništvu, u subjektima u kojima ima većinski udeo, kao i u objektima kojima kompanija upravlja. Kompanija je posvećena očuvanju principa na kojima se zasniva ova politika.

Naše temeljne vrednosti podrazumevaju da se jedni prema drugima uvek odnosimo sa dignitetom i poštovanjem. Cenimo raznolikost naše radne snage i nastojimo da obezbedimo inkluzivno okruženje. Pored toga što uvažava i štiti prava svakog pojedinca, inkluzivno i raznoliko radno okruženje doprinosi i poslovnom rastu, jer kroz različite perspektive podstiče inovacije i kreativnost.

Osnova za zapošljavanje i napredovanje na poslu su kvalifikacije, znanja, učinak i iskustvo. Ne tolerišemo bilo koji oblik diskriminacije ili uznemiravanja na osnovu rasne pripadnosti, pola, boje kože, nacionalnog ili socijalnog porekla, religijskog opredeljenja, starosti, invaliditeta, seksualne orijentacije, političkog mišljenja ili bilo kog drugog statusa zaštićenog važećim zakonima.

Posebnu pažnju pridajemo jednakosti na radnom mestu. Jedan od ciljeva održivosti do 2025. godine na nivou Coca-Cola Grupe je postizanje pune rodne ravnopravnosti na menadžerskim pozicijama.

## JEDNAKOST DOLAZI IZ KUĆE

Položaj žena u porodici i radnom okruženju, kao i njihovo fizičko i mentalno zdravlje, jedna je od esencijalno značajnih tema za kompaniju Bambi, kao i za Plazmu, njen najpoznatiji brend.

Kao brend koji inspiriše i pokreće na pozitivne promene, Plazma je obeležavajući Dan žena, poslala jaku i jedinstvenu poruku - "Jednakost dolazi iz kuće" i snažnom inicijativom pozvala parove i roditelje širom Srbije na razumevanje i ravnomerniju raspodelu svih obaveza. Sa željom da ukaže da je potrebno prevazići rodne stereotipe i „tradicionalni“ model koji se prenosi sa generacije na generaciju, a koji se upravo sastoji u većoj odgovornosti žene u porodici, kao i postojanju poslova koji se isključivo smatraju zaduženjem žene, kampanjom "Jednakost dolazi iz kuće", kompanija Bambi i brend Plazma podsetili su da našoj deci treba da pružimo bolji primer, jer tako čuvamo porodicu i zajedno pokrećemo pozitivne promene.



Jednakost dolazi iz kuće.



Coca-Cola HBC Srbija zapošljava 1024 osobe, a među zaposlenima, zbog prirode posla koja podrazumeva rad na terenu ili u fabričkim uslovima, preovlađuju muškarci (76,39% muškaraca i 23,61% žena). Na menadžerskim pozicijama zastupljenost žena je veća u odnosu na onu u ukupnom broju zaposlenih - žene zauzimaju 67,7% menadžerskih pozicija.

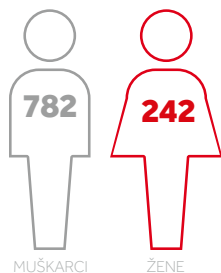
Bambi zapošljava 640 osoba, 59,2% žena i 40,8% muškaraca. Žene zauzimaju 46,97% menadžerskih pozicija.

U obe kompanije 100% zaposlenih je sa punim radnim vremenom.

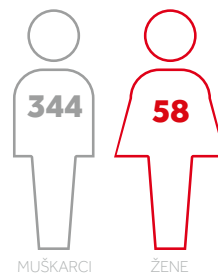
RADNO ANGAŽOVANI - CCHBC SRBIJA 2021.		
	MUŠKARCI	ŽENE
Srbija	1028	284
Vlasinka	98	16
UKUPNO	1126	300
UKUPAN BROJ RADNO ANGAŽOVANIH	1426	

ZAPOSLENI - CCHBC SRBIJA 2021.		
	MUŠKARCI	ŽENE
Srbija	698	231
Vlasinka	84	11
UKUPNO	782	242
UKUPAN BROJ RADNO ANGAŽOVANIH	1024	

### CCHBC SRBIJA 2021. ZAPOSLENI



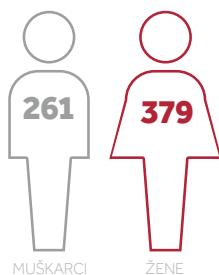
### CCHBC SRBIJA 2021. STALNA TREĆA LICA



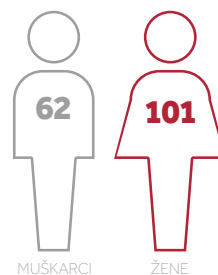
RADNO ANGAŽOVANI - BAMBI 2021.		
	MUŠKARCI	ŽENE
Požarevac	279	437
Beograd	44	43
UKUPNO	323	480
UKUPAN BROJ RADNO ANGAŽOVANIH	803	

ZAPOSLENI - BAMBI 2021.		
	MUŠKARCI	ŽENE
Požarevac	218	338
Beograd	43	41
UKUPNO	261	379
UKUPAN BROJ RADNO ANGAŽOVANIH	640	

### BAMBI 2021. ZAPOSLENI



### BAMBI 2021. STALNA TREĆA LICA

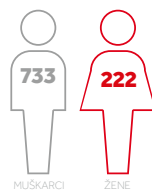


### TIP RADNOG UGOVORA CCHBC SRBIJA 2021.

	NA ODREĐENO	NA NEODREĐENO
Srbija	57	872
Vlasinka	12	83
UKUPNO	70	955

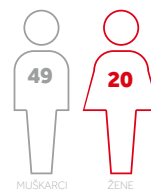
### CCHBC SRBIJA 2021.

Ugovor na neodređeno



### CCHBC SRBIJA 2020.

Ugovor na određeno



### FLUKTUACIJA RADNE SNAGE – CCHBC SRBIJA 2021.

NOVOZAPOSLENI



ZAPOSLENI KOJI SU NAPUSTILI KOMPANIJU



### STAROSNA STRUKTURA ZAPOSLENIH KOJI SU NAPUSTILI KOMPANIJU – CCHBC SRBIJA 2021.

<30



30-50



>50



UKUPNO



STOPA FLUKTUACIJE - CCHBC SRBIJA 2021.

9,26%

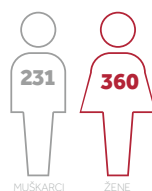
Pravo na porodiljsko odsustvo imaju svi zaposleni, a posebno podržavamo povratak naših koleginja i kolega na radno mesto po isteku porodiljskog odsustva. Tokom 2021. godine, ukupno 25 zaposlenih, 18 koleginica u kompaniji Coca-Cola HBC i 7 koleginica u kompaniji Bambi, iskoristile su pravo na porodiljsko odsustvo. U Coca-Cola HBC, stopa povratka na radno mesto po povratku sa porodiljskog odsustva iznosi 88,8% a stopa zadržavanja radnog mesta 12 meseci po povratku iznosi 62,5%. U Bambiju stopa povratka na radno mesto po povratku sa porodiljskog odsustva i stopa zadržavanja radnog mesta 12 meseci po povratku iznose 87,5%.

### TIP RADNOG UGOVORA – BAMBI 2021.

	NA ODREĐENO	NA NEODREĐENO
Požarevac	43	513
Beograd	6	78
UKUPNO	49	591

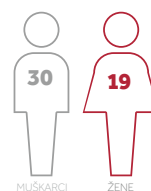
### BAMBI 2021.

Ugovor na neodređeno



### BAMBI 2021.

Ugovor na određeno



### FLUKTUACIJA RADNE SNAGE – BAMBI 2021.

NOVOZAPOSLENI



ZAPOSLENI KOJI SU NAPUSTILI KOMPANIJU



### STAROSNA STRUKTURA ZAPOSLENIH KOJI SU NAPUSTILI KOMPANIJU – CCHBC SRBIJA 2021.

<30



30-50



>50



UKUPNO



STOPA FLUKTUACIJE - CCHBC SRBIJA 2021.

6,85%

Starosna raznolikost naših zaposlenih takođe obezbeđuje jedinstvenu kombinaciju iskustva i novih ideja.

#### STAROSNA STRUKTURA ZAPOSLENIH - CCHBC SRBIJA 2021.

ISPOD 30 GODINA	30-50 GODINA	PREKO 50 GODINA
<b>14,21%</b>	<b>72,1%</b>	<b>13,65%</b>

#### STAROSNA STRUKTURA PREDSTAVNIKA UPRAVLJAČKIH TELA - CCHBC SRBIJA 2021.

ISPOD 30 GODINA	30-50 GODINA	PREKO 50 GODINA
-	<b>100%</b>	-

#### STAROSNA STRUKTURA ZAPOSLENIH - BAMBI 2021.

ISPOD 30 GODINA	30-50 GODINA	PREKO 50 GODINA
<b>6,72%</b>	<b>55,00%</b>	<b>38,28%</b>

#### STAROSNA STRUKTURA PREDSTAVNIKA UPRAVLJAČKIH TELA - BAMBI 2021.

ISPOD 30 GODINA	30-50 GODINA	PREKO 50 GODINA
-	<b>87,88%</b>	<b>12,12%</b>

Politikom ljudskih prava i Politikom jednakosti kompanije Coca-Cola HBC ustanovljene su formalne žalbene procedure za slučajeve potencijalnog kršenja prava zaposlenih. Zaposleni mogu postaviti pitanja ili prijaviti povrede politika lokalnom rukovodstvu, odeljenju za ljudske resurse, ili pravnoj službi. U zavisnosti od tipa žalbe, postoji ili lice za podršku (u slučaju zlostavljanja) ili mogućnost izjašnjenja (disciplinski postupak). Zaposleni, takođe, mogu podneti prijavu i na druge načine, na primer sindikatu.

Takođe, i zaposleni Coca-Cola HBC Srbija i zaposleni Bambija putem „Reci!“ linije anonimno mogu da iznesu bilo koju zabrinutost ili sumnju.

Svaki upit zaposlenih pažljivo se razmatra, a cilj svih žalbenih mehanizama je da omoguće otvorenu i poverljivu komunikaciju sa zaposlenima, otklanjajući mogućnost pojave osvetoljubivog ponašanja za prijavljivanje primećenog nepoštovanja politika. Tokom 2021. godine nije bilo podnetih žalbi u vezi sa radnim pravima, ljudskim pravima, ni slučajevima diskriminacije. U kompaniji Bambi 592 zaposlenih prošlo je obuku u ljudskim pravima tokom 2021. godine, u sastavu obuke o Kodeksu poslovnog ponašanja.

# BENEFICIJE I KOLEKTIVNI UGOVOR

Pravo na formiranje sindikalnih organizacija ima svaki zaposleni u kompanijama Coca-Cola HBC Srbija i Bambi, kao i pravo da se pridruži tim organizacijama. U slučajevima kada zaposlene zastupaju sindikalne organizacije koje su priznate zakonom, zalažemo se za uspostavljanje konstruktivnog dijaloga sa njihovim predstavnicima, izabranim slobodnom voljom zaposlenih. Svi zaposleni obuhvaćeni su kolektivnim ugovorom. Coca-Cola HBC Srbija, prilikom donošenja velikih poslovnih odluka i bavljenja pitanjima od zajedničkog interesa, konsultuje svoje zaposlene, sindikate, kao i kancelariju Evropskog Saveta za pitanja rada. Kompanija je definisala rok od 30 dana za blagovremeno informisanje zaposlenih o strateškim promenama u poslovanju koje bi mogle uticati na njih. Učesnici kolektivnog ugovora dužni su da započnu pregovore u vezi sa cenom rada najmanje 10 dana pre isteka roka na koji je ugovorena vrednost radnog časa zaključivanjem aneksa kolektivnog ugovora. U kompaniji Bambi, definisani rok za informisanje o strateškim promenama u poslovanju iznosi osam dana.

Pored obaveznog zdravstvenog osiguranja, svi zaposleni Coca-Cola HBC Srbija, imaju osiguranu nadoknadu po osnovu invalidnosti ili nesposobnosti, porodijsko odsustvo i otpremninu pri odlasku u penziju. Za rukovodice u našoj kompaniji obezbeđeno je privatno zdravstveno osiguranje, a započeti su pregovori sa osiguravajućim kućama sa ciljem obezbeđivanja dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja i ostalim zaposlenima u kompaniji. Pored ovoga zaposleni čije pozicije to zahtevaju, jednom godišnje imaju plaćen sistematski pregled, dok zaposleni čije pozicije ne zahtevaju obavezan sistematski pregled, ovaj benefit mogu koristiti na dobrovoljnoj bazi jednom godišnje.

Obe kompanije obezbeđuju i:

- **mesečni i godišnji bonus, u zavisnosti od tipa pozicije**
- **poklon čestitku za rođenje deteta i solidarnu pomoć u slučaju smrti člana uže porodice ili smrti zaposlenog, kada postoji i mogućnost stipendiranja dece zaposlenog**
- **više dana dana godišnjeg odmora i plaćenog odsustva nego što je zakonski minimum u skladu sa Kolektivnim ugovorom**
- **kantinu u fabrici**
- **konzumaciju bezalkoholnih proizvoda unutar prostorija kompanije**
- **kutak za razonodu zaposlenih**
- **događaje za zaposlene i članove njihovih porodica, poput poseta fabrici i Porodičnog dana**
- **novogodišnje paketiće za decu zaposlenih**
- **popuste za kupovinu roba i usluga – zdravstvene usluge, putovanja, sport i razonoda**
- **specijalne nagrade za ostvarenje rezultata predviđenih programima prepoznavanja i nagrađivanja**
- **jubilarnе nagrade za zaposlene koji su 10, 20, 30, 35 i 40 godina u kompaniji**
- **poklon pakete proizvoda dva puta godišnje nagrade za inoviranje i usavršavanje u sistemu**
- **snabdevanja**

Pored zakonski zagaranovanih prava na porodijsko odsustvo, otpremninu pri odlasku u penziju, zaposleni u kompaniji Bambi imaju i pravo na sticanje vlasništva nad akcijama. Prilikom isplaćivanja otpremnine, uzimaju se u obzir godine službe zaposlenih.

Kompanija Coca-Cola HBC takođe nudi prelazne programe pomoći koji imaju svrhu da pruže pomoć zaposlenima koji odlaze u penziju ili im je prestao radni odnos, i omogućava prekvalifikaciju zaposlenih koji nameravaju da nastave sa radom, kao i podršku u pronalaženju posla.



# EMPLOYEE ASSISTANCE PROGRAM



Neizvesnost i pritisak koji smo svi osetili tokom aktuelne epidemije COVID-19 virusa želeli smo da ublažimo uvođenjem nove usluge za podršku zaposlenima – Employee Assistance Program. Ovaj program, koji je pokrenut u Coca-Cola HBC grupi, nudi besplatnu podršku i savetovanje za sve što zaposlenima ili njihovim porodicama predstavlja brigu ili izazov, bilo da je lične ili profesionalne prirode.

Employee Assistance Program (EAP), kojim upravlja LifeWorks by Morneau Shepell je poverljiva služba za podršku koja besplatno može pružiti pomoć u rešavanju širokog spektra izazova sa kojima se susrećemo tokom svakodnevnog života. U svetu koji s godinama postaje sve ubrzaniji, teško je voditi računa o sebi dok usklađujemo odgovornosti na poslu sa obavezama kod kuće. EAP nudi pravovremenu pomoć kvalifikovanih stručnjaka i podršku za upravljanje svim aspektima života.

EAP može posebno pomoći pri: ojačavanju međuljudskih odnosa i poboljšanja komunikacije, uspešnoj borbi sa stresom, anksioznošću i depresijom, rešavanju ličnih i emocionalnih poteškoća, razumevanju svojih emocionalnih briga, i pronalaženju rešenja u vezi sa situacijama na poslu. Takođe, ima za cilj da pomogne zaposlenima da: rade na životnim ciljevima, lakše podnesu izolaciju i usamljenost, dođu do podrške tokom krize ili traumatičnih situacija.

Centar za pristup EAP uslugama dostupan je 24 sata dnevno, 7 dana u nedelji. Zaposleni mogu pozvati Centar kada god im je potrebna pomoć, a kvalifikovani savetnik će biti spreman da pomogne kroz potpuno poverljivi razgovor, na maternjem jeziku. Usluga je strogo poverljiva, i informacije se ne prosleđuju nikome bez prethodnog pismenog pristanka zaposlenih.

## PRIVRŽENOST ZAPOSLENIH

U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija sprovodimo istraživanje "My voice", sa ciljem da steknemo uvid u stavove zaposlenih u vezi sa privrženosti kompaniji i njenim vrednostima. Istraživanje obuhvata teme koje se odnose na korporativnu kulturu i interne komunikacije, i omogućava nam da bolje razumemo šta su naše glavne snage i izazovi. Deo istraživanja koji se tiče privrženosti zaposlenih meri održivu privrženost kroz tri ključna pokazatelja: zalaganje, lojalnost i preporučivanje. Na osnovu rezultata istraživanja pravimo planove i sprovodimo akcije sa ciljem poboljšanja radnog okruženja.

Od 2019. godine, My Voice istraživanje se sprovodi na svake dve godine, dok se u periodu između dva istraživanja sprovode My Voice Pulse upitnici – kratke anonimne ankete usmerene na ispitivanje ključnih pitanja iz oblasti biznisa (značajnost posla i pozitivno radno okruženje,

razumevanje strategije i zadovoljstvo rukovodstvom kompanije), i indeksa privrženosti zaposlenih kompaniji. Ovo istraživanje koje se sprovodi u svih 28 zemalja Coca-Cola HBC grupe je potpuno anonimno i sprovodi ga nezavisna eksterna konsultantska firma.

Budući da smo drugu godinu za redom bili sprečeni da organizujemo neku od zajedničkih aktivnosti uživo, a želeli smo da obeležimo uspehe, i održimo visoku privrženost zaposlenih na inovativne načine smo obezbedili da se "tradicionalni" događaji dese u novom formatu. Porodični dan smo organizovali na bezbedan način, podelivši karte zaposlenima za Prirodnjački centar u Svilajncu, koji su mogli da obidu tokom septembra i oktobra sa svojim porodicama u terminu koji njima najviše odgovara. Kako bismo proslavili pridruživanje Costa kafe našem 24/7 portfoliju, svim zaposlenima smo obezbedili

Costa Coffee aparate, kao i kutije Costa kafe. Umesto obilazaka proizvodnje uživo, deca naših zaposlenih dobila su priliku da pođu u virtualni obilazak proizvodnje Plazma keksa u Požarevcu, kao i da uživaju u novogodišnjim predstavama iz topline svojih domova, dok su njihovi roditelji od kompanije na kućnu adresu dobili novogodišnji poklon u vidu brendiranih prsluka, majica i Metalac posuđa. Sa ciljem da nagradimo podršku i zalaganje naših zaposlenih, za Coka-Cola rođendan smo im poklonili po jedan slobodan dan za njihov rođendan.

Kako bismo nastavili da promovišemo vrednosti Kompanije uveli smo program prepoznavanja kolega pod nazivom Zlatna Koca – u programu učestvuju svi zaposleni, tako što njihove kolegice i kolege šalju nominaciju za određenu vrednost, a zatim žiri sačinjen takođe od zaposlenih u kompaniji odlučuje o pobednicima u

svakoj od kategorija. Nastavili smo sa dobrom praksom časopisa za zaposlene, i kao i prethodne godine, i ove godine su autori tekstova bili zaposleni sa svih naših tržišta.

U skladu sa Politikom otvorenih vrata, zaposleni imaju mogućnost da na direktan način podele svoja razmišljanja na bilo koju poslovno relevantnu temu sa rukovodiocima. Imajući u vidu da pomenuta politika garantuje zabranu zloupotrebe podataka, zaposleni mogu da dogovore sastanak sa rukovodiocem i razgovaraju o svojoj karijeri, svom planu razvoja i sličnim temama. Rukovodioci su na raspolaganju da saslušaju i odgovore na sva pitanja, da čuju sugestije i eventualne primedbe.



## RAZVOJ ZAPOSLENIH

Razvoj potencijala naših zaposlenih jedan je od stubova naše strategije Growth Story 2025. Naši programi obuke su promišljeno i precizno skrojeni prema potrebama zaposlenih, sa ciljem da im omoguće profesionalni rast i uspeh u preuzimanju novih odgovornosti i uloga. Uvid u razvojne potrebe i dosadašnji napredak zaposlenih pratimo tokom godine kroz proces procene profesionalnog učinka i evaluacijom liderskih i funkcionanih standarda. Kroz proces procene profesionalnog učinka tokom 2021. godine prošlo je 96% zaposlenih kompanije Coca-Cola HBC i 100% zaposlenih kompanije Bambi.



## PERFORMANCE FOR GROWTH

Performance for Growth predstavlja novi model učinka, uveden sa ciljem da ubrza naš rast i da podstakne veći uticaj na poslovanje. Inicijativa je veoma značajna i uključuje promenu u načinu razmišljanja i ponašanja za celokupno poslovanje, stavljajući fokus na visoki učinak u centar naše strategije rasta i kulture. U skladu je sa ciljevima Našeg puta uspeha (Growth Story 2025), a naglašava brzinu, jednostavnost, orijentisanost na kupca i osnaživanje. Performance for Growth baziran je na kontinuiranom dijalogu – na redovnim razgovorima „Jedan na jedan“, između rukovodilaca i članova tima o ciljevima, napretku, performansama i ponašanjima. Uveden je, kao deo rutine, i proces povratne informacije između članova tima i njihovih rukovodilaca, kao i povratne informacije između članova tima, projektnih članova tima i internih i eksternih kupaca.

Performance for Growth sadrži tri ključna modula, kako bi podržao učinak tokom cele godine. Mesečni razgovori jesu neformalni razgovori koji ostavljaju vreme rukovodiocima i njihovim članovima tima za diskusiju o poslovnim prioritetima, izazovima, učinku, snagama i oblastima za razvoj. Kvartalni preseki čine za nijansu formalnije razgovore – oni predstavljaju

dokumentovan razgovor između linijskog rukovodioca i člana tima, pri čemu je fokus usmeren na prepoznavanje dostignuća, usklađivanje potreba za razvojem ili učinkom. Pored kvartalnih preseka, na kraju godine zaposleni i njihovi rukovodioci ocenjuju njihov učinak u datoj godini, uzimajući u obzir sva postignuća, rezultate i doprinos timskom rezultatu tokom cele godine. Godišnja ocena učinka utiče na visinu godišnjeg bonusa koji dobijaju zaposleni koji imaju pravo na godišnji bonus, tj. oni zaposleni koji ne pripadaju drugoj bonus šemi sa mesečnim bonusom.

Članovima tima, ovi razgovori pomažu da prevaziđu izazove i dostignu godišnje ciljeve. Povratna informacija za rukovodioca, od kupaca i kolega predstavlja sjajan način za sopstveni razvoj, kao i pomoć vašem rukovodiocu da unapredi sopstveni učinak. Najmanje četiri puta godišnje, članovi tima, popunjavanjem ankete na internoj HELO digitalnoj platformi ili korišćenjem mobilne aplikacije, obezbeđuju svojim rukovodiocima povratnu informaciju u vezi sa dosadašnjim radom i načinom vođenja i razvoja tima, kako bi podržali njihov razvoj i unapređenje liderskih veština.

# PODIŽEMO NEVEROVATNU GENERACIJU NOVIH ŽENA LIDERKI

## IZ UGLA ŽENA LIDERKI

### Nataša Najdanović

Direktorka lanca snabdevanja,  
Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora



#### **Kako ste se našli u sektoru Lanac snabdevanja? Kao žena u dominantno muškoj industriji, gde je ključ uspeha?**

Kao diplomirani hemičar sa velikom ljubavi prema nauci i laboratoriji, svoju karijeru sam započela u kontroli kvaliteta, gde sam neizostavno učila mnogo i o proizvodnim procesima. U jednom trenutku karijere laboratoriju sam zamenila proizvodnjom i održavanjem, potom logistikom, i trenutno rukovodim celim lancem snabdevanja, objedinjujući sve oblasti u kojim sam se razvijala tokom dosadašnje karijere. Reklo bi se neobičan put razvoja, ali itekako logičan. Kroz njega me vodila moja radoznalost i spremnost da se menjam.

Verujem da ključ uspeha leži u tome što se nikada nisam opterećivala time šta ću postati, već šta radim. Radila sam ono što volim i stalno učila, kreirajući sebi nove prilike. Optimizam i upornost su mi krčili put, i moram vam priznati da se nikada nisam osećala inferiorno na poslu zato što sam žena. Uživam poštovanje svojih kolega, što smatram ličnom odgovornošću, ali sam svesna i značaja uloge kompanije u kojoj radim, a koja kao kriterijum za napredovanje prepoznaje rezultat i doprinos, a ne pol.

#### **Šta su najvažnije poruke kojim kao liderka inspirišete svoj tim?**

Vodim veliki tim, koji, da bi funkcionisao, mora da bude savršeno usklađen. Snaga tima je u pojedinačnim snagama svake individue. Kako bismo se osnažili, insistiramo na vrlo otvorenoj komunikaciji, jer jedino tako možemo da postignemo maksimum i zadovoljimo kako sopstvena, tako i očekivanja koja drugi pred nas postavljaju. Najvažnija poruka je da pre svega imamo isti cilj i uvek ćemo naći način zajedno. "If the hart of power really wants it, it will be done".

#### **Koja je ključna lekcija koju ste naučili kao liderka?**

Nikada ne igram sama jer nisam najbolja u svemu!

Tim oduvek ima glavnu ulogu u svakom uspehu, a moje je da imam holistički pristup i empatiju, da gajim otvorenu komunikaciju, i vodim računa o organizaciji i efikasnosti.

#### **Kako izgleda kad se direktorka lanca snabdevanja "isključiti" sa posla i da li je to uopšte moguće?**

Ne znam, nisam pokušala. Imam izuzetno jak tim ljudi koji znaju svoj posao, tako da kad pozovu van radnog vremena, znam sigurno da je potrebna hitna konsultacija ili odluka i nikada ih ne ostavljam da čekaju. Zastoj u lancu snabdevanja nikada nije opcija! Svakako da odvajam vreme i za ono najvažnije – porodicu, jer su mi oni najveća podrška.

#### **Šta bi sadašnja Nataša poručila sebi kao 18-ogodišnjakinji, ali i budućim ženama liderkama?**

„Draga moja, pre svega upoznaj sebe i svoje strasti, spoznaj šta te istinski pokreće. Budi autentična, ne plaši se da pogrešiš i pitaš. Slobodno pokaži svoje snage, ali priznaj i slabosti. To je ljudski, a i najbrži način da ti neko pomogne. Radi ono što voliš i daj 100% sebe, pri tom ne zaboravljajući da se zabaviš, jer privatni i poslovni život čine jednu celinu – TEBE!“

Radeći sa mladim ljudima, primećujem da imaju jače stavove i veću svest o važnim pitanjima, što je odlična polazna tačka za dalji razvoj. Raduje me što i devojke sada imaju više samopouzdanja i želje za napredovanjem, a i da ih kolege gledaju kao ravnopravne članove tima. Srećna sam sto podižemo jednu neverovatnu generaciju novih žena liderki!

Snažno verujem da će u Srbiji biti sve više kompanija sa pravim vrednostima, u kojima je kriterijum za napredovanje rezultat i doprinos, a ne pol.



# PONOSNI NA NAŠE BAMBI DAME

## IZ UGLA ŽENA LIDERKI

### Jelena Vuković

direktorka za ljudske resurse  
kompanije Bambi



Uprkos neverovatnom tehnološkom napretku čovečanstvo nažalost i dalje kasni u nekim oblastima. Ravnopravnost polova je i dalje ideal kome brojna društva streme. I tu mislim čak i na najrazvijenije delove naše civilizacije.

Znanje je generator napretka i promena. Mi se u Bambiju isključivo time rukovodimo. I šta radimo po tom pitanju? Bavimo se kontinuiranom edukacijom zaposlenih o rodnoj ravnopravnosti, dajemo jednake prilike bez obzira na pol, godine života i sl. To otvara prostor za bolje razumevanje ovog problema i konačno, njegovog prevazilaženja.

Bambi se trudi da svojim delovanjem bude dobar primer prakse u okruženju, stimuliše učenje i razvoj, promoviše uspešne poslovne priče i podržava ravnopravnost u svakom smislu. To je ideal kome težimo, kao i poslovna i životna filozofija na kojoj svi zajednički radimo.

Rezultat svega toga je da sve veći broj žena zauzima rukovodeće pozicije u kompaniji, ali i da sve naše kolegice imaju apsolutno ravnopravan položaj sa kolegama na istim pozicijama i jednake šanse za napredak u karijeri.

Možemo se pohvaliti da u našim redovima imamo zaista imponozantan broj sjajnih žena na čiju smo energiju, znanje i samopouzdanje, vrlo ponosni. Važno nam je da sve naše kolegice znaju da kompanija snažno stoji iza njih i zato se neprekidno

trudimo da im pružimo priliku za lično usavršavanje i razvoj. Istovremeno, kako interno tako i van naše organizacije, promoviramo i slavimo njihovu svestranost, dostignuća i profesionalno zalaganje, jer znamo da su uložile maksimalan napor da rezultati koje kompanija ostvaruje budu na zavidnom nivou. Na menadžerskim pozicijama u našoj kompaniji trenutno je 47 procenata žena, a naš cilj je da ubrzo dostignemo 50 odsto. Svakako, procenat nije važan koliko je to jednaka šansa za razvoj, bez obzira na pol i vrednovanje isključivo na osnovu učinka i sposobnosti.

Činjenica da smo vrlo posvećeni jedni drugima kao i građenju snažnih timova koji, bez obzira na pol, poziciju ili staž, podržavaju svakog svog člana da razvije svoj pun profesionalni potencijal, poštujući istovremeno vreme za lični život, čini da se osećamo dobro na svom radnom mestu i da zadržimo elan da uvek težimo ka boljem.

Zato naše Bambi dame u svim oblastima ostvaruju fantastične rezultate, a harizmom i sposobnošću zadivljuju. Ono što naročito impresionira je njihova neustrašivost da se u "svetu muškaraca" nametnu i ostave svoj pečat, a iza te snage, kriju se godine ulaganja u znanje i obrazovanje. Upravo zato kolegice uvek bodrimo da veruju u sebe i rade na svom razvoju, jer smo mi te koje ruše barijere i postavljaju granice. Dakle, sve je do nas samih, a na kraju dana jedino što se računa je trud koji uložite kako biste kreirali svet po svojoj meri.

# PROGRAMI OBUKE

Od maja 2020. svi zaposleni u Coca-Cola HBC mogu pristupiti izvoru od preko 1.500 vrhunskih digitalnih materijala za učenje. To uključuje naše digitalizovane osnovne programe, kao i onlajn kurseve, video materijale, vodiče, plejliste za učenje i virtuelne treninge na temu biznisa i rukovođenja. Na našoj virtuelnoj platformi zaposleni mogu naći i bogatu bazu internih

mentora i koučeva koji će podržati njihov dalji rast i razvoj. Na ovaj način, svako od zaposlenih može oblikovati svoj put učenja u skladu sa svojim potrebama. Tokom 2021. godine je, drugu godinu za redom, održan i Festival učenja, sa mnoštvom sesija i inspirativnih govornika, a svi materijali ostali su dostupni zaposlenima i nakon završetka festivala.



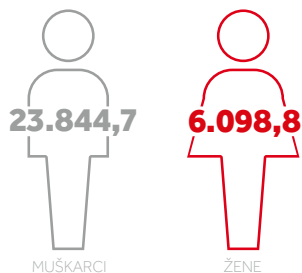
U toku 2021. godine u kompaniji Bambi je održano 80 obuka. Važno nam je da se naši zaposleni stalno usavršavaju i zato su treninzi i radionice deo naše svakodnevice. Spomenućemo samo neke od razvojnih aktivnosti. INNOversum razvojni program je program za podršku inovacijama. Design thinking model je program na kom se naši zaposleni upoznaju sa pristupima rešavanja problema. Takođe, sproveli smo i programe za razvoj strateškog mišljenja, kao i digital marketing akademiju. Među obukama su svakako i radionice na polju održivosti poput upravljanja otpadom, emisije zagađujućih materijala i upravljanje otpadnim vodama. Zaposlenima u Bambiju je dostupna i Coca-Cola HBC e-platforma za učenje, kao i praćenje i učešće na zajedničkom Learn festivalu. Takođe, Veoma popularna je Go Fluent platforma, gde naši zaposleni imaju 24/7 omogućen pristup učenju engleskog jezika.

### CCHBC SRBIJA 2021.

UKUPAN BROJ SATI OBUKE	PROSEČAN BROJ SATI OBUKE GODIŠNJE PO ZAPOSLENOM
<b>29.943,5</b>	<b>29,27</b>

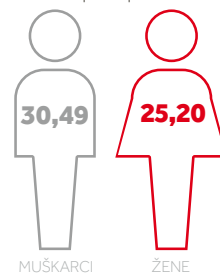
### CCHBC SRBIJA 2021.

Ukupan broj sati obuke prema polu



### CCHBC SRBIJA 2021.

Prosečan broj sati obuke godišnje prema polu

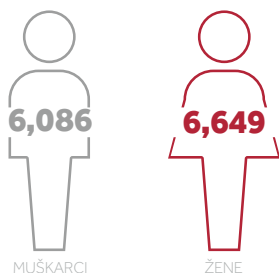


### BAMBI 2021.

UKUPAN BROJ SATI OBUKE	PROSEČAN BROJ SATI OBUKE GODIŠNJE PO ZAPOSLENOM
<b>12,735</b>	<b>19,89</b>

### BAMBI 2021.

Ukupan broj sati obuke prema polu



### BAMBI 2021.

Prosečan broj sati obuke godišnje prema polu



# ZDRAVLJE I BEZBEDNOST

S obzirom na proizvodni karakter našeg poslovanja, kao i činjenicu da veliki deo naših kolega iz prodaje radi na terenu, briga za bezbednost i zdravlje naših zaposlenih, ali i preduzimača i posetilaca jedan su od naših prioriteta. Pristup ovoj temi definisan je u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija Politikom zaštite zdravlja i bezbednosti na radu, a u kompaniji Bambi Politikom integrisanog sistema upravljanja.

Sva zakonska regulativa u oblasti bezbednosti i zdravlja na radu se u našem poslovanju primenjuje u punom obimu. Uz to, kompanije Coca-Cola HBC i Bambi imaju implementiran i sertifikovan sistem menadžmenta bezbednošću i zdravljem na radu prema zahtevima standarda ISO 45001:2018, a Coca-Cola HBC primenjuje i Coca-Cola Hellenic i TCCC KORE standarde u vezi sa bezbednošću na radu.

Cilj nam je da osiguramo i održimo zdravo i bezbedno radno okruženje, uklanjanjem

opasnosti, redukovanjem rizika po bezbednost i zdravlje na radu, podizanjem svesti među zaposlenima, izvođačima radova, posetiocima i drugima koji mogu biti pod uticajem naših poslovnih aktivnosti. Kako bismo ostvarili ovaj cilj, pored primene zakonskih propisa i ostalih relevantnih međunarodnih standarda, sprovodimo i sledeće aktivnosti:

- Uključujemo strategiju zaštite zdravlja i bezbednosti na radu u godišnji proces planiranja poslovanja, programe merenja učinka i kontinuiranog unapređenja procesa
- Kontrolišemo rizike radnog okruženja s ciljem sprečavanja incidenata i prevencije povreda i bolesti
- Pružamo sveobuhvatnu obuku i redovno uključujemo svoje zaposlene na svim nivoima u aktuelne programe

## ANALIZA RIZIKA

Za razvoj programa za upravljanje zdravljem i bezbednošću na radu u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija zadužen je Sektor za kvalitet, bezbednost i zdravlja na radu i zaštitu životne sredine (QSE), koji sprovodi analizu rizika za svako radno i mesto i za svaku zonu boravka zaposlenih, i formuliše i sprovodi odgovarajuće preventivne programe. Coca-Cola HBC Srbija i Bambi koriste procese identifikacije opasnosti, procene rizika i upravljanja rizicima kao ključne alate u aktivnostima upravljanja bezbednošću i zdravljem na radu. Ovi procesi variraju od jednostavne procene do kompleksnih kvantitativnih analiza, a prilagođeni su zakonskim propisima, potrebama i stvarnom stanju na radnim mestima i u radnim uslovima. Proces identifikacije opasnosti, procene rizika i upravljanja rizicima sprovode se pre uvođenja novih ili sprovođenja izmena postojećih procesa ili procedura, a obuhvataju procese ili procedure koji se redovno i povremeno odvijaju. Oni, takođe, uzimaju u obzir opasnosti i rizike koji



nastaju u toku obavljanja svakodnevnih aktivnosti zaposlenih i drugih lica koja se po potrebi posla ili obuke nalaze na lokacijama kompanija, ali i opasnosti i rizike koji proističu iz aktivnosti sa dobavljačima i korisnicima, upotrebe proizvoda i/ili korišćenja usluga koje se podugovaraju.

## UČEŠĆE ZAPOSLENIH

Pitanja bezbednosti i zdravlja na radu obuhvaćena su i Kolektivnim ugovorom u kompanijama Coca-Cola HBC Srbija i Bambi. Kolektivnim ugovorom se uređuju prava, obaveze i odgovornosti poslodavca i zaposlenih iz oblasti bezbednosti i zdravlja na radu, rad na radnom mestu sa povećanim rizikom, postupak izbora i načina rada predstavnika zaposlenih i odbora za bezbednost i zdravlje na radu, procena profesionalnih rizika radnih mesta, obezbeđivanje sredstava lične zaštite, obuka zaposlenih, i druga relevantna pitanja.

Takođe, u obe kompanije postoje odbori za bezbednost i zdravlje na radu, koji se sastoje od predstavnika zaposlenih i predstavnika poslodavaca. Nadležnosti odbora odnose se na predlaganje mera za bezbednost i zdravlje na radu poslodavcu, predlaganje izmena i dopuna akata koji se odnose na bezbednost i zdravlje na radu, i učešće u razmatranju drugih pitanja iz ove oblasti.

Opasnosti u vezi sa radom zaposleni mogu da prijave usmeno ili pismeno svom rukovodiocu, licu za BZR ili Odboru za BZR, kao i kroz programe bezbednosti i zdravlja na radu – Near miss program, Bezbednost zasnovana na ponašanju (BBS). U kompaniji Bambi, putem aplikacije „Predlog za poboljšanje“ sistematski se radi na uključivanju zaposlenih u davanje predloga rešenja za povećanje bezbednosti.



## BEZBEDNOST ZASNOVANA NA PONAŠANJU

Bezbednost zasnovana na ponašanju (BBS) je program menjanja kulture zaposlenih kroz posmatranje procesa rada i zaposlenih tokom obavljanja radnih zadataka. Ovaj program potekao je od Coca-Cola kompanije i predstavlja jedan od poslovnih prioriteta, implementiran je u proizvodnji i magacinima u obe punionice, a od druge polovine 2021. godine i u službi prodaje. BBS se fokusira na utvrđivanje i identifikaciju razloga zbog kojih ljudi rizikuju prilikom obavljanja svog posla i kroz detaljnu analizu menjaju kulturu bezbednosnog sistema.

Glavni cilj je omogućiti konstruktivni razgovor i ohrabriti zaposlene na svim nivoima da komuniciraju i pružaju povratne informacije o ponašanju koje utiču na bezbednost. Identifikacijom sistemskih barijera koje dopuštaju rizično ponašanje menja se svest i uvode se proaktivne mere koje imaju za cilj eliminaciju skrivenih i prisutnih rizika kako bi aktivnosti koje se obavljaju bile potpuno bezbedne.



# EDUKACIJA I PODIZANJE SVESTI

Nastojimo da stalnom komunikacijom sa zaposlenima i sprovođenjem zanimljivih i praktičnih edukativnih aktivnosti, jačamo svest o važnosti bezbednog ponašanja i motivišemo zaposlene da u još većoj meri brinu o sebi, ali i o drugima.

U kompaniji Bambi je, sa ovim ciljem, tokom 2021. godine sproveden niz obuka - nastavili smo sa redovnim obukama koje se sprovode svake godine, a svakako smo najponosniji na obuku „Siguran početak“ koju praktikujemo nakon dužeg odsustva zaposlenog sa rada ili pauze usled praznika. Fokus je svakako bio i na komunikaciji i sprečavanju širenja Covid 19, ali isto tako i na obukama održanih eksternim izvođačima koji su zaslužni za podršku tokom puštanja u rad nove linije B2-6 i logističkog centra. Čitava godina, sa tematskim radionicama u nedelji bezbednosti, posvećena je edukaciji: pravilno podizanje tereta, rukovanje viljuškarima, bezbednost u saobraćaju itd.

U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija redovno se sprovode Uvodni trening za novozaposlene,

periodični opšti trening iz oblasti bezbednosti i zdravlja na radu za sve zaposlene, koji obuhvata rizike na radnom mestu i u radnoj okolini, trening za rad na visini, bezbedno izvođenje toplih radova, bezbedno rukovanje hemikalijama, štetan uticaj buke, ručna manipulacija teretom, bezbedan rad ručnog viljuškara i bezbedna vožnja viljuškara – teorijski i praktičan trening, bezbedan rad električara, rad u hladnjači, lock-out/tag-out za rukovodioce i zaposlene, BBS trening, bezbedan rad u zatvorenom prostoru, BZR za rukovodioce, pružanje prve pomoći, rad sa komprimovanim gasovima, pravilno korišćenje lične zaštitne opreme, obuka za spoljne izvođače radova, respiratorna zaštita, bezbedna i defanzivna vožnja (teorijska i praktična obuka).

Sa ciljem podizanja svesti, sprovode se i druge aktivnosti, kao što su Nedelja bezbednosti i zdravlja na radu, obeležavanje svetskog Dana bezbednosti i zdravlja na radu – 28. april, i Nedelja održivog razvoja koja u svojoj agendi ima i deo posvećen bezbednosti.



# NEAR MISS PROGRAM

Near miss situacije su one koje potencijalno mogu dovesti do povređivanja zaposlenih ili oštećenja imovine, ali ipak nisu – poput pada materijala sa visine, saplitanja preko bilo koje prepreke i slično. Prijava ovih situacija nam je vrlo važna, jer nam daje mogućnost da sprečimo da se ponove slične situacije i da dođe do povrede. Svi zaposleni jednom godišnje prolaze obuku o Near miss programu. Nakon svake prijave, odgovorne osobe istražuju Near miss situaciju i pronalaze uzrok koji je doveo do nje, nakon čega se realizuju korektivne akcije.

## POVREDE NA RADU

Učinak u pogledu bezbednosti redovno se izveštava u našem lokalnom godišnjem izveštaju o održivosti i u izveštaju na nivou Coca-Cola HBC grupe. Pri beleženju i statističkom izveštavanju o nesrećama u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija se primenjuju dva standarda: lokalni i standard Coca-Cola HBC grupe koji je usklađen sa standardima Međunarodne organizacije rada. U slučaju nesreće, postupa se prema onom standardu koji je stroži za datu situaciju. U kompaniji Bambi se primenjuje standard koji je usklađen sa standardima Međunarodne organizacije rada. Obe kompanije u svoje izveštaje uključuju i manje povrede (first-aid level injuries).

Tokom 2021. godine nije bilo nesreća sa fatalnim ishodom, kao ni profesionalnih oboljenja. U kompaniji Bambi zabeleženo je ukupno 9 povreda na radu, od kojih je jedna teža povreda. Glavni tipovi povreda su posledice padova usled spoticanja i klizanja. U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija zabeleženo je ukupno 17 povreda na radu,

od toga 8 povreda zaposlenih i 9 povreda radno angažovanih, od kojih su 2 teže povrede. Glavni tipovi povreda su saobraćajne nezgode, zatim rukovanje opremom i alatom, uključujući podizanje i nošenje tereta.

### STOPA ZABELEŽENIH POVREDA NA RADU – 2021.

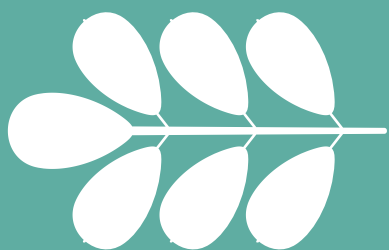
	Coca-Cola HBC Srbija	Bambi
Zaposleni	<b>0,78</b>	<b>1,61</b>
Radno angažovani	<b>0,63</b>	<b>0</b>

### STOPA TEŠKIH POVREDA NA RADU – 2021.

	Coca-Cola HBC Srbija	Bambi
Zaposleni	<b>0</b>	<b>0,18</b>
Radno angažovani	<b>0,14</b>	<b>0</b>

## ZDRAVLJE I DOBRA KONDICIJA

Sa ciljem prevencije i očuvanja dobrog zdravlja, Coca-Cola HBC Srbija i Bambi svojim zaposlenima obezbeđuju godišnji sistematski pregled. Pored toga, podstičemo zaposlene da učestvuju u organizovanim sportskim aktivnostima, a na raspolaganju su im i besplatni termini za kolektivne sportove.



# 4 ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE





### PRIORITETNE OBLASTI:

- Upravljanje vodnim resursima
- Zaštita energetske resursa i klime
- Održiva ambalaža i recikliranje

### KLJUČNI POKAZATELJI:

- Potrošnja energije
- Potrošnja vode
- Ukupno generisan otpad
- Procenat recikliranog otpada u odnosu na ukupno generisan otpad
- Otpad koji se odlaže na deponiju

### DOPRINOS UN CILJEVIMA ODRŽIVOG RAZVOJA:



# ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE KAO ODGOVORNOST SVIH ZAPOSLENIH

U kompanijama Coca-Cola HBC Srbija i Bambi strategija i ciljevi zaštite životne sredine uključeni su u proces poslovnog planiranja, kako bismo osigurali da upravljanje uticajima na životnu sredinu bude sastavni deo našeg poslovanja. To znači da identifikujemo i stalno preispitujemo sve naše uticaje, kao i mogućnosti za unapređenje u pogledu zaštite životne sredine, postavljamo godišnje merljive ekološke ciljeve i pratimo njihovo ispunjenje kako bismo osigurali kulturu stalnog unapređenja i usaglašenost sa svim zahtevima. Takođe, aktivno saradujemo sa našim poslovnim partnerima i zainteresovanim stranama kako bismo razvili održiva rešenja i smanjili naš uticaj na životnu sredinu. Verujemo da je zaštita životne sredine odgovornost svih naših zaposlenih, te svaki novozaposleni u okviru uvodne obuke prilikom početka rada prolazi i kroz deo koji je vezan za zaštitu životne sredine. Pored toga, svake godine održavamo niz obuka sa ciljem unapređenja kompetencija naših zaposlenih.

Coca-Cola HBC Srbija i Bambi imaju implementiran i sertifikovan međunarodno priznat sistem ISO 14001 u upravljanju životnom sredinom, koji podrazumeva da:

- **Poštujemo nacionalne zakonske propise o zaštiti životne sredine i druge relevantne propise**
- **Imamo usvojenu politiku zaštite životne sredine**
- **Radimo na kontinuiranim poboljšanjima u oblasti zaštite životne sredine i prevenciji negativnih uticaja**
- **Imamo sistemski način upravljanja zaštitom životne sredine, koji doprinosi postizanju optimalnih rezultata**
- **Imamo vlastitu dobru praksu upravljanja zaštitom životne sredine.**

Naše poslovanje u potpunosti je usklađeno sa važećim zakonima i propisima o zaštiti životne sredine, što potvrđuje i činjenica da u 2021. godini, kao ni prethodnih godina, nije bilo slučajeva neusaglašenosti sa važećim propisima. U kompaniji Bambi su tokom 2021. godine obavljeni jedan inspeksijski pregled od strane inspektora lokalne samouprave i jedan

od strane republičke inspekcije, prilikom kojih nisu konstatovane neusaglašenosti. U kompaniji Coca-Cola HBC Srbija u novembru 2021. u beogradskoj punionici obavljena je zajednička poseta republičke i gradske inspekcije iz oblasti zaštite vazduha, takođe bez neusaglašenosti.

Interne i eksterne zainteresovane strane mogu podneti prigovore u vezi sa životnom sredinom putem zvaničnog i-mejla i telefona dostupnih na veb sajtu kompanije, a tokom 2021. na ovaj način nije upućen ni jedan prigovor.

Iz oblasti zaštite životne sredine, u kompanijama Coca-Cola HBC Srbija i Bambi, imamo definisane sledeće politike:

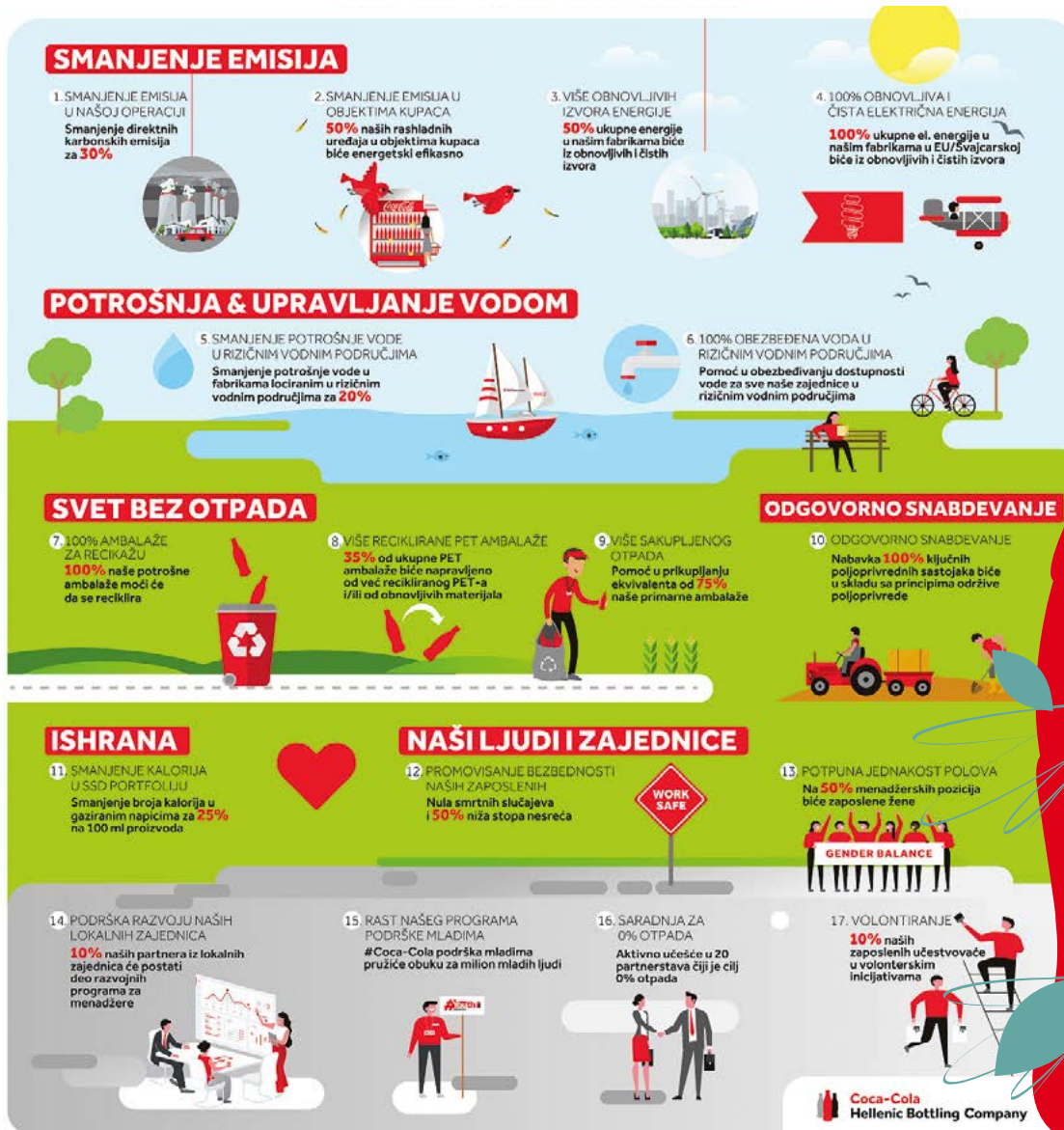
- **Politika zaštite životne sredine**
- **Politika o klimatskim promenama**
- **Politika upravljanja vodnim resursima**

U Coca-Cola HBC Srbija primenjuje se i Politika upravljanja otpadnom ambalažom nakon konzumacije.



# CILJEVI ODRŽIVOSTI COCA-COLA HBC GRUPE

Smanjenje uticaja na životnu sredinu u celokupnom lancu vrednosti za nas predstavlja osnovni cilj. Ciljevima održivosti do 2025. godine, kompanija se obavezala da će, u odnosu na 2017. kao baznu godinu:



- Koristiti 50% ukupne energije iz obnovljivih i čistih izvora
- Smanjiti emisiju ugljen-dioksida za 30% u direktnim operacijama
- Smanjiti upotrebu vode za 20% u punionicama koje su locirane u oblastima pod rizikom
- Omogućiti dostupnost vode u 100% zajednica u oblastima pod rizikom u kojima se nalaze naše punionice
- Pomoći u prikupljanju količine ekvivalentne 75% naše primarne ambalaže
- Koristiti recikliranu pet ambalažu i/ili pet ambalažu od obnovljivog materijala za 35% ukupne pet ambalaže
- Sertifikovati preko 100% ključnih sastojaka poljoprivredno-prehrambenog porekla u skladu sa principima održive poljoprivrede Coca-Cola sistema

## NET ZERO

U 2021. godini Coca-Cola HBC Grupa obavezala se na postizanje ambicioznog ekološkog cilja koji predstavlja nastavak naše posvećenosti i nadovezuje se na našu dosadašnju integraciju društvenih i ekoloških obaveza koje preduzimamo u svakoj poslovnoj odluci.

Coca-Cola HBC Grupa se obavezala da će do 2040. godine svesti direktne emisije gasova sa efektom staklene bašte na apsolutni minimum, dok ćemo u saradnji sa dobavljačima partnerski raditi da eliminiše 90% ugljeničnog otiska poreklom od trećih strana. Gde god nije moguće u potpunosti eliminisati emisije gasova sa efektom staklene bašte, njihov efekat će biti umanjen ili u potpunosti uklonjen kroz investicije u druge mere zaštite od klimatskih promena. Do 2030. godine plan je da se emisije iz lanca vrednosti umanje za 25%, odnosno za dodatnih 50% u narednoj dekadi.

### KAKO NAŠI ZAPOSLENI ŽIVE ODRŽIVE VREDNOSTI



*Pasionirani sam ljubitelj ekologije iako sam svesna da sam sigurno dotakla tek vrh ledenog brega i da postoji još puno načina kojima bih mogla da doprinesem.*

*Ono što je bio zaokret u mojoj svesti jeste da moram da počnem od sebe i da lagano utičem na ljude u mom bliskom okruženju, poput porodice i prijatelja. Zato u prethodnih desetak godina sam počela da primenjujem konkretne korake kako bih vodila svojim primerom. **NIKADA ne koristim plastične kese već uvek nosim cegere sa sobom, čak i za voće i povrće u prodavnicama i za garderobu i neprehranu u ostalim prodavnicama.** U mojoj porodici odvajamo stvari za reciklažu u različite kante i nosimo u kontejnere za reciklažu. Jako često kupujem garderobu u Second hand shop-u i nosim i svoju staru garderobu na reciklažu. Bar dva puta godišnje u organizaciji komšija u naselju, zajedno sa decom, učestvujemo u čišćenju celog našeg naselja. I ono na šta sam najponosnija jeste što je moja ćerka samoinicijativno poželeva da joj izborna sekcija u školi bude baš ekološka!*

**Marijana Trivanović**

menadžerka za razvoj sposobnosti prodaje, CCHBC Srbija

## ODGOVORNO SNABDEVANJE

Značajem koji pridajemo održivoj i odgovornoj nabavci nameravamo da postignemo odlične rezultate, a unapređenje održivosti nabavke predstavlja prioritet za našu kompaniju. U Grupi se za procenu dobavljača koriste: pouzdan proces revizije, procena rizika, platforma SEDEX, kojom se vrši razmena etičkih podataka o dobavljačima kao i platforma EcoVadis, kojom se procenjuje održivosti dobavljača. Pored toga, proveravamo da li potencijalni dobavljači imaju sertifikate ISO 9001, 14001, FSSC 22000 i ISO 45001 sertifikat. Za poljoprivredne proizvode, koristimo standarde koje propisuju Rain Forest Alliance, Fair Trade, Bon Sucro, SAI platform i Forest Stewardship Council.

Cilj Coca-Cola HBC Grupe je da dostignemo 100 odsto održiv sistem snabdevanja i smanjimo uticaj sistema snabdevanja do 2020. godine, dok je novim ciljevima održivosti do 2025. predviđeno da 100% ključnih poljoprivrednih sastojaka bude nabavljeno u skladu sa principima održive poljoprivrede. U skladu sa ovim ciljem, i kompanija Bambi teži ka nabavci 100% sertifikovanog održivog kakaoa i potpunom prelasku na non-palm masti.

Smanjenje emisija u lancu nabavke je takođe jedan od naših prioriteta. Približno 90% Scope 3 emisija naše kompanije dolazi od emisija u lancu vrednosti, koje su povezane sa našim poslovanjem, ali se generišu iz izvora koji nisu pod našom kontrolom. Zajedno sa Coca-Cola Sistemom, do sada smo inicirali partnerstva za održivost sa 20 ključnih dobavljača, koji predstavljaju 50% naših Scope 3 emisija. Pored toga, u 2021. godini organizovali smo prvi događaj za dobavljače posvećen održivosti, na kome smo apelovali na naše dobavljače da utvrde sopstvene ciljeve smanjenja emisija do 2030. godine, zasnovane na naučnim podacima, kao i da nam se pridruže u razvijanju dugoročnih "net-zero" ciljeva, sa fokusom na partnere u oblastima ambalaže i sastojaka.

# EKOLOŠKI PARAMETRI

U svim punionicama Coca-Cola HBC se prate sledeći ekološki parametri:

## Potrošnja energije

(u megadžulima po litru proizvedenog pića)

## Potrošnja vode

(u litrima po litru proizvedenog pića)

## Ukupno generisan otpad

(u gramima po litru proizvedenog pića)

## Recikliran otpad

(procenat recikliranog otpada u odnosu na ukupno generisan otpad)

## Otpad koji se odlaže na deponiju

(u gramima po litru proizvedenog pića).

Na nivou Coca-Cola HBC Grupe, pa i u Srbiji, 2014. godine uveden je i novi vodeći ekološki parametar - Near Loss. Parametar NL uveden je sa ciljem podizanja svesti zaposlenih i unapređenja rezultata ostalih parametara, a sastoji se u detektovanju mogućih gubitaka ekoloških resursa i njihovom pravovremenom otklanjanju.

Navedeni parametri čine sastavni deo godišnjeg poslovnog planiranja. U okviru toga, krajem svake godine, planira se potrošnja vode i energije, odnosno proizvodnja i reciklaža otpada u sledećoj godini i postavljaju se ciljevi na godišnjem i mesečnom

# POŠTOVANJE I OČUVANJE BIODIVERZITETA

Sa izuzetnom pažnjom pristupamo praćenju uticaja naših delatnosti i proizvoda na zaštićenim područjima i na područjima visoke vrednosti u pogledu biodiverziteta. Na ovim specifičnim područjima nismo identifikovali značajne uticaje.

Fabrike Coca-Cola HBC Beograd i Vlasina nemaju značajnog uticaja na prirodne ekosisteme u neposrednoj blizini fabrike, kao ni fabrika Bambi koja je u Požarevcu locirana u industrijskoj zoni. Prvi značajni prirodni ekosistemi u blizini fabrike Bambi su vodeni ekosistemi i priobalje reke Velike Morave na udaljenosti od 4 km zapadno, kao i reke Dunav na udaljenosti od 14 km severno od fabrike.

Takođe, na područjima poslovnih delatnosti kompanija Coca-Cola HBC i Bambi nisu prisutne vrste sa Crvenog popisa IUCN-a i nacionalnih popisa ugroženih vrsta.



Vlasinsko jezero

	Potrošnja vode				Potrošnja energije				Generisan otpad				Recikliran otpad			
	L/L proizvedenog pića				MJ/ L proizvedenog pića				g/ L proizvedenog pića				%			
	Srbija	Beograd	Vlasinka	Fresh	Srbija	Beograd	Vlasinka	Fresh	Srbija	Beograd	Vlasinka	Fresh	Srbija	Beograd	Vlasinka	Fresh
<b>2007</b>	3.2226	2.4196	1.4704	12.1049	0.6131	0.5107	0.2166	2.021	12.335	12.2712	0.7628	31.2374	86.15%	90.26%	73.51%	74.39%
<b>2019</b>	1.49	1.55	1.33	na	0.29	0.36	0.14	na	5.79	7.95	0.30	na	99.11%	99.13%	98.01%	na
<b>2020</b>	1.51	1.58	1.33		0.29	0.35	0.14		5.35	7.34	0.28		99.22%	99.24%	98.01%	
<b>2021</b>	1.50	1.56	1.33		0.27	0.32	0.14		3.85	5.21	0.33		99.27%	99.29%	98.71%	
<b>2022 BP</b>	1.50	1.56	1.33		0.28	0.34	0.14		4.96	6.61	0.38		99.21%	99.22%	98.75%	
<b>2007 vs 2019</b>	53.80%	-36%	-9%	na	-52%	-30%	-35%	na	-53%	-35%	-61%	na	15.0%	9.8%	33.3%	na
<b>2007 vs 2020</b>	53.14%	34.70%	-9.55%		-53%	-31%	-35%		-57%	-40%	-63%		15.2%	10.0%	33.3%	
<b>2007 vs 2021</b>	53.45%	35.53%	-9.55%		-56%	-37%	-35%		-69%	-58%	-57%		15.2%	10.0%	34.3%	

\* Prikazani podaci odnose se na Coca-Cola HBC Srbija

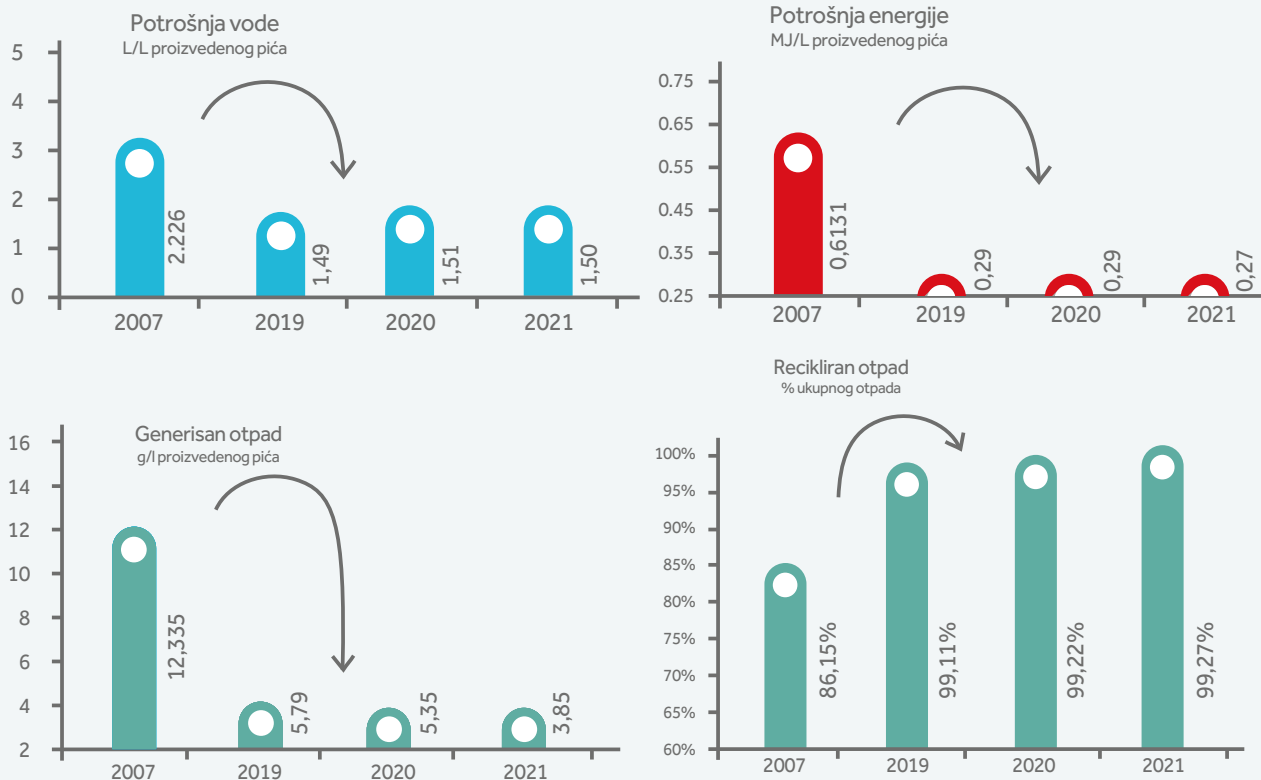
nivou. Svojim naporima za postizanje lokalnih ciljeva u smanjenju potrošnje energije, vode, količine generisanog otpada i povećanja procenta recikliranog otpada, Coca Cola HBC Srbija doprinosi ostvarivanju dugoročnih ciljeva postavljenih na nivou Grupe.

Dostizanje ciljeva se prati na mesečnom, kvartalnom i godišnjem nivou i o njima se izveštava top menadžment, kao i Coca-Cola HBC Grupa. Važno je istaći da su u planiranje i računanje ekoloških parametara uključeni svi procesi u punionicama - administracija, proizvodnja i skladištenje. Takođe,

proces praćenja ekoloških parametara sprovodi se i u našim distributivnim centrima.

Od 2018. godine, Coca-Cola HBC Srbija je dobila UNIDO deklaraciju za dobru praksu uvođenja hemijskog lizinga u beogradskoj punionici, poslovnog modela koji podrazumeva smanjenje potrošnje hemikalija kao rezultat ekonomskih interesa korisnika i proizvođača, uz smanjenje nepovoljnih uticaja na životnu sredinu - prevenciju zagađenja.

## OSTVARENA UŠTEDA U COCA-COLA HBC SRBIJA



Bambi prati sledeće ekološke parametre, po toni proizvoda:

- **Potrošnja vode (m<sup>3</sup>/t)**
- **Generisan otpad (kg/t)**
- **Recikliran otpad** (procenat recikliranog otpada u odnosu na ukupno generisan otpad)
- **Otpad koji se odlaže na deponiju (kg/t).**

Kompanija na početku godine definiše ciljeve za smanjenje potrošnje prirodnih resursa. Praćenje ciljeva se vrši na mesečnom nivou, a preispitivanje na godišnjem nivou. Proces praćenja ekoloških parametara se ne vrši u distributivnom centru (outsourc process 3PL partner). U računanje ekoloških parametara su, osim proizvodnje, uključeni i svi procesi u administraciji.



**KAKO NAŠI  
ZAPOSLENI ŽIVE  
ODRŽIVE  
VREDNOSTI**

„Verujem da se svest o ekologiji u poslednjih par godina znatno probudila kod ljudi, zbog čega mi je neizmerno drago. Smatram da na mikronivou svaki pojedinac može praviti veliki razliku. Moj doprinos u očuvanju životne sredine je da uvek kupujem dugoročne štedljive sijalice, sa ciljem da smanjim potrošnju električne energije i otpad. Uvek se trudim da šetam, umesto da koristim automobil, naročito kada su u pitanju kraće relacije. **Nikada ne bacam elektronski otpad i istrošene baterije zajedno sa komunalnim otpadom.** Svakako se na svakodnevnom nivou trudim da utičem po ovom pitanju na svoje okruženje i podstaknem ljude na razmišljanje o važnosti ove teme, ali i na delanje.“

**Miloš Vukelić**

Menadžer punionice "Neresnica", CCHBC Srbija

# UPRAVLJANJE VODNIM RESURSIMA

Voda je, kao resurs, u srcu poslovanja Coca-Cola HBC Srbija. Osim toga što čini osnovni sastojak proizvoda, voda je ključna i u našem procesu proizvodnje, i neophodna za uzgajanje poljoprivrednih proizvoda koji ulaze u sastav naših napitaka. Svesni smo i njene neprocenjive vrednosti za zajednice u kojima poslujemo, s obzirom da je postojanje dovoljnih količina pristupačne, ispravne vode dobrog kvaliteta esencijalno za zdravlje ljudi i ekosistema. Zbog svega toga je upravljanje vodnim resursima ključni prioritet za našu kompaniju, i posvećeno radimo na njihovom očuvanju u svim aspektima naših operacija. To potvrđuje i Coca-Cola HBC Politika upravljanja vodnim resursima, kojom smo se obavezali da ćemo konstantno raditi na smanjenju potrošnje vode u našim procesima, tretirati sve naše otpadne vode i implementirati standarde za upravljanje i očuvanje vodnih resursa.

S obzirom na to da smanjenje količine vode u samim proizvodima nije moguće, fokusirani smo na povećanje efikasnosti potrošnje vode u našim procesima, kroz smanjenje upotrebe i ponovnu upotrebu, uz stalno ulaganje u nove inovativne tehnologije. Pored direktnih uticaja našeg poslovanja, posvećeni smo i praćenju širih indirektnih uticaja u vezi sa vodnim resursima – upotrebe vode u našem lancu dobavljača i zaštiti vodnih slivova.

Naša strategija upravljanja vodnim resursima bazirana je na tri temeljna principa:

- **Voda koju koristimo u proizvodnji: štitimo izvore vode koji snabdevaju naša postrojenja, smanjujemo količinu vode koja se koristi u proizvodnji napitaka i prečišćavamo 100% naših otpadnih voda do nivoa koji ne ugrožava biljni i životinjski svet.**
- **Radimo partnerski sa dobavljačima, kako bismo smanjili uticaj na vodne resurse u celom lancu vrednosti**
- **Ulažemo u projekte očuvanja vode u zajednici, kako bismo inovativnim održivim tehnologijama obnovili vodu koju koristimo, a takođe i promovišemo svest o značaju odgovornog upravljanja vodnim resursima, kako našim zaposlenima, tako i eksternoj javnosti.**

Prema ciljevima održivosti do 2025. godine, na nivou Grupe planirano je smanjenje upotrebe vode za 20% u punionicama koje su locirane u oblastima pod rizikom, kao i dostupnost vode u 100% zajednica u oblastima pod rizikom u kojima se nalaze naše punionice. U Coca-Cola HBC Srbija, zahvaljujući sprovedenim inicijativama, potrošnja vode po litri proizvedenog pića je u periodu od 2007. do 2021. godine smanjena za 53,45%.



## 53,45%

smanjena potrošnja vode po litri  
proizvedenog pića u periodu od 2007. do 2021.

Kada je reč o razumevanju rizika u vezi sa vodama, za svaku punionicu u okviru Coca-Cola HBC Grupe urađena je detaljna analiza izvora vode na osnovu koje su napravljeni planovi upravljanja vodnim resursima kako bi se osigurala njihova održivost. Ni jedna od punionica Coca Cola HBC Srbija ne pripada područjima pogođenim znatnim crpljenjem vode, a takođe nijedan izvor vode koji koristimo nije pogođen crpljenjem vode naše kompanije. Ciljevi koji se odnose na potrošnju vode se postavljaju na početku svake godine u skladu sa projektima i programima vezanim za uštedu vode. U punionici u Beogradu se većim delom koristi bunarska voda, a potom ukoliko je potrebno koristi se i voda iz gradskog vodovoda. Potom, voda u okviru fabrike prolazi kroz tretman obrade pre nego što dospe u finalni proizvod. Nakon procesa proizvodnje, otpadne vode idu na tretman otpadnih voda, pre nego što dospu u rečni tok Dunava. U punionici Vlasinka, voda se crpi iz prirodnih izvora, prolazi kroz proces proizvodnje, i završava na tretmanu otpadnih voda pre nego što se ulije u Toplodolsku reku. Uticaji potrošnje vode na životnu sredinu ispituju se najmanje jednom godišnje, a u slučaju potrebe ili uvođenja novih aktivnosti, i više puta godišnje.

## 2021. COCA-COLA HBC SRBIJA

Potrošnja vode – punionice*	jedinica	BEOGRAD 2021.	VLASINKA 2021.	TOTAL SRBIJA
Podzemna voda (utrošena)	1.000L	605.197 utrošena=crpljena	241.465	846.662
Voda iz gradskog vodovoda (utrošena)	1.000L	125.385 utrošena=crpljena	0	125.385
<b>Total (utrošena)</b>	<b>1.000L</b>	<b>730.582 utrošena=crpljena</b>	<b>241.465</b>	<b>972.047</b>
<b>Ukupno crpljena voda***</b>	<b>1.000L</b>	<b>743.638 utrošena+projekti=crpljena</b>	<b>539.068 podzemna voda</b>	<b>1.282.706</b>

\*Količina vode merena protokometrom

\*\*Ukupno crpljena izvorska vodi u Vlasinki, odnosno sva voda koja je izašla iz izvora u izveštajnoj godini i od koje je upotrebljena količina navedena iznad.

## 2021. COCA-COLA HBC SRBIJA

Procenat i ukupna zapremina reciklirane i ponovo upotrebijene vode	jedinica	BEOGRAD 2021.	VLASINKA 2019.	TOTAL SRBIJA
Ponovo upotrebijena voda	m <sup>3</sup>	32.622	2.416	35.038
Ponovo upotrebijena voda	%	4%	1%	4%

## POSVEĆENOST GLOBALNIM INICIJATIVAMA

Na međunarodnom nivou, Coca-Cola HBC je jedan od osnivača CEO Water Mandate Globalnog Dogovora Ujedinjenih nacija. Pomenuta inicijativa preduzeta je sa ciljem hvatanja u koštac sa problemima održivosti vodnih resursa u operacijama, sistemima snabdevanja i zajednicama, kao i da se bliskom saradnjom sa Vladom i nevladinim organizacijama učestvuje u oblikovanju javnih politika u ovoj oblasti. Kako bi se postiglo bolje razumevanje upotrebe vode u našem sistemu snabdevanja, Coca-Cola HBC Grupa takođe sarađuje i sa Water Footprint Network, globalnom platformom koja povezuje različite aktere zainteresovane za održivo i efikasno korišćenje vodnih resursa.

### KAKO NAŠI ZAPOSLENI ŽIVE ODRŽIVE VREDNOSTI



Moj lični doprinos očuvanju životne sredine u svakodnevnom životu dajem izborom prevoznog sredstva. Svedoci smo da je u poslednjih par godina broj automobile drastično porastao u Beogradu i da se posledično svakodnevno stvara ogromna gužva i povećava zagađenje vazduha. Iz tog razloga ja po Beogradu najčešće koristim bicikl kao prevozno sredstvo. **Ne koristim auto kada nije neophodno, već na sastanke, čak i one zvanične, odlazim biciklom.** Time smanjujem svoj ugljenični otisak, a uz to vožnja bicikla ima sjajan antistres efekat, fizički ste aktivni, a izbegnete i gužve po gradu. I da, moguće je voziti bicikl i u stiklama.

**Tisa Čaušević**

Menadžerka za javne i regulatorne politike, CCHBC Srbija

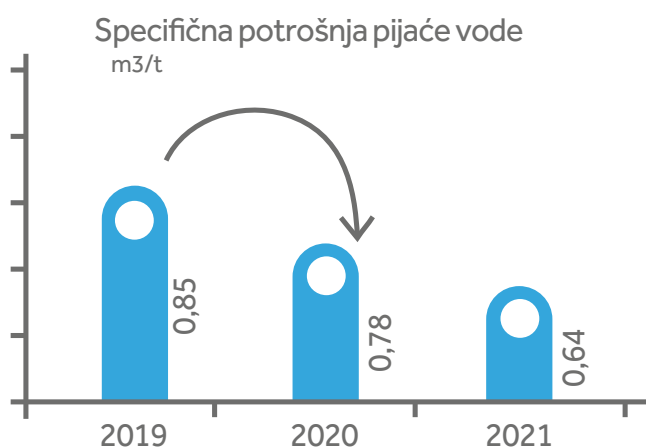




Kompanija Bambi ne nalazi se na području pogođenom znatnim crpljenjem vode, a takođe ni jedan izvor vode koji koristi nije pogođen crpljenjem vode kompanije. Potrošnja vode prati se interno putem aplikacije za tu namenu. Ciljevi se postavljaju na godišnjem nivou, a o učincima izveštavaju se sve zainteresovane strane.

Tokom prethodnih godina, u kompaniji Bambi sprovedene su brojne inicijative za optimizaciju potrošnje vode. Svi sistemi otvorenog tipa su zamenjeni sistemima zatvorenog tipa. Korišćenjem pare visokog pritiska smanjena je potrošnja vode za održavanje proizvodne opreme. Sva nekontrolisana curenja prijavljuju se od strane zaposlenih i ista se otklanjaju po hitnom postupku.

U periodu 2017. do 2021. potrošnja vode po toni proizvoda smanjena je za 24,7%.



#### 2021. Bambi

Potrošnja vode	jedinica	TOTAL SRBIJA
Podzemna voda (utrošena)	m <sup>3</sup>	3.634
Voda iz gradskog vodovoda (utrošena)	m <sup>3</sup>	20.279
<b>Ukupno utrošena voda**</b>	<b>m<sup>3</sup></b>	<b>23.913</b>

## SERTIFIKAT ALIJANSE ZA UPRAVLJANJE VODNIM RESURSIMA (AWS)

Nakon što su obe naše punionice, Beograd i Vlasnika, od 2015. godine bile nosioci Zlatnog EWS sertifikata, koji dodeljuje Evropska agencija za upravljanje i očuvanje voda (European Water Stewardship – EWS), u 2021. sprovedena je sertifikacija za novi standard Alijanse za upravljanje vodnim resursima - AWS.

AWS standard nalaže kompanijama da prođu kroz pet koraka – prikupljanje informacija za razumevanje vodnih resursa, razvoj planova za upravljanje vodnim resursima i implementacija, procena ispunjenja planova, komunikacija i javno objavljivanje. Obe naše punionice, u Beogradu i Vlasini, su prošle kroz ovaj proces, što nas čini prvim nosiocima AWS sertifikata u Srbiji. AWS sertifikacija poseban akcenat stavlja na uključivanje zainteresovanih strana, koje i tokom procesa sertifikacije mogu uputiti pitanja i komentare akreditovanom AWS revizoru.



*Svako od nas svojim postupcima utiče na životnu sredinu svakodnevno, a podizanjem svesti kod svakog pojedinca o ovoj temi možemo doprineti da živimo u zdravijem okruženju. **Već nekoliko godina umesto flaširane vode u kući koristimo bokal sa filterom za vodu čime smanjujemo plastični otpad, trudim se da vodu trošim ekonomično, prilikom pranja ruku, zuba, tuširanja, pranja automobila. Kada sam van kuće, kod sebe imam ceger kako ne bih nepotrebno gomilala kese iz prodavnica. Pored toga učestvujem u akcijama čišćenja okoline kada god imam priliku. Smatram da svojim primerom možemo motivisati i druge da promene navike i razumeju važnost zaštite životne sredine.***

**Danka Milivojević**

HR biznis partner za Operacije kompanije Bambi

# TRETMAN OTPADNIH VODA

Punionice Coca-Cola HBC u Srbiji imaju sopstvena postrojenja za tretman otpadnih voda, kroz koji prolaze otpadne vode pre ispuštanja u prirodni recipijent. U otpadnim vodama nemamo prioritete supstance. Kvalitet otpadnih voda redovno kontrolišu, interno i eksterno, akreditovane laboratorije. Parametri koji se prate, prema našoj zakonskoj regulativi, kao i prema zahtevima TCCC standarda (The Coca-Cola Company KORE, su u granicama maksimalno dozvoljenih vrednosti. Sve akcije koje se definišu za smanjenje potrošnje vode u tiču i na smanjenje količine otpadnih voda, pri čemu se prate trendovi smanjenja količine otpadnih voda. Obrađena voda koja se vraća u okruženje bezbedna je za biljni i životinjski svet u recipijentu u koji se ispušta.

Za atmosferske vode, pre ulivanja u gradsku kišnu kanalizaciju, u našim punionicama postoji uljni separator za sprečavanje potencijalnog zagađenja koje bi moglo da potiče sa

manipulativnih površina (utovar/istovar kamiona, parking). Atmosferske vode se takođe kontrolišu na kvartalnom nivou od strane akreditovane laboratorije. Uz to, u punionicama na svim mestima na kojima je identifikovan rizik da bi moglo da dođe do curenja ulja/hemikalija postoje odgovarajući apsorberi za sanaciju koji se kontrolišu u redovnim mesečnim proverama.

U kompaniji Bambi ispuštanje otpadnih voda vrši se u kanizacioni sistem u okviru industrijske zone. Pre upuštanja, tehnološke vode se prečišćavaju putem sistema koga čini 7 separatora. Bambi nema prioritete suspstanci u otpadnim vodama. Kvalitet otpadnih voda kontroliše se kvartalno od strane akreditovane laboratorije. Kvalitet otpadnih voda je u skladu sa graničnim vrednostima definisanih državnim i lokalnim propisima. Navedena ispuštanja otpadnih voda od strane kompanije nemaju negativnih uticaja po prirodna staništa.

## 2021. COCA-COLA HBC SRBIJA

Ukupna količina ispuštene vode prema kvalitetu i odredištu*	jedinica	BEOGRAD 2021.	VLASINKA 2021.	TOTAL SRBIJA
Ukupna ispuštena voda**	m <sup>3</sup>	321.516	49.604	371.120
Odredište		Dunav	Toplodolska reka	
COD nakon tretmana	Mg/l	18,0	22,90	

\*On-site WWT, podaci o količini ispuštene vode dobijeni proračunom, podaci o kvalitetu na osnovu analiza autorizovane laboratorije.

Nivoi hemijske potrošnje kiseonika (COD) pokazuju kvalitet naših otpadnih voda.

\*\*Sveža voda. Odnosi se samo na tehnološku vodu. Atmosferske vode nisu uključene.

\*\*\*Sva tehnološka voda koja se ispušta u obe fabrike prolazi sve nivoe prečišćavanja u okviru tretmana otpadnih voda, odnosno ne postoji podela količina ispuštene vode prema nivou tretiranja.

## 2021. BAMBI

Ukupna količina ispuštene vode prema kvalitetu i odredištu*	jedinica	BEOGRAD 2021.
Ukupna ispuštena voda**	m <sup>3</sup>	14.195,00
Odredište		Brežanski kanal

\*Podaci o količini ispuštene vode dobijeni proračunom



# ZAŠTITA ENERGETSKIH RESURSA I KLIME

Goruća pitanja klimatskih promena i dostupnosti čistih izvora energije prepoznata su kao visoki prioritet od strane širokog kruga zainteresovanih strana, kao i od strane Coca-Cola HBC grupe. Stoga analiziramo potencijalne rizike za naše poslovanje koji mogu proisteci iz klimatskih promena, i proaktivno preduzimamo mere kako bismo ih predupredili ili ublažili. Potencijalni rizici koje prepoznamo su fizičke i regulatorne prirode, poput smanjene dostupnosti vode usled povećanih temperatura izazvanih klimatskim promenama, otežanog poslovanja dobavljača sirovina (voća, šećera), otežane i skuplje nabavke sirovina, povećanja cene energenata i energije dobijene iz održivih izvora, potencijalnog uvođenja novih propisa i taksi u oblasti zaštite životne sredine. Navedene rizike razmatramo u kontekstu verovatnoće i značaja uticaja, vremenskog okvira (kratkoročni, srednjeročni i dugoročni), potencijalnih finansijskih implikacija, odnosno uvećanja operativnih i kapitalnih troškova, kao i opsega uticaja (direktni rizici koji utiču na naše poslovanje, ili indirektni koji utiču na dobavljače, kupce i zajednicu). Istovremeno, prepoznamo i prilike za smanjenje naših uticaja i efikasnije postizanje usklađenosti, na primer kroz upotrebu novih tehnologija za smanjenje emisija štetnih gasova i unapređenje energetske efikasnosti.

Odlučni da doprinosimo borbi protiv klimatskih promena, smanjujemo uticaje našeg poslovanja, pre svega kroz održivo korišćenje energije. Naš pristup podrazumeva unapređenje energetske efikasnosti, prelazak na čistije izvore energije i razvoj novih nisko karbonskih tehnologija. Kako bismo obuhvatili i indirektno uticaje našeg poslovanja, težimo i smanjenju emisija u lancu vrednosti, i učestvujemo u podizanju svesti o rizicima klimatskih promena. Inovacijama i investicijama, težimo da rizike klimatskih promena preokrenemo u nove mogućnosti za održivi razvoj poslovanja.

Implementacijom Coca-Cola HBC Politike o klimatskim promenama, identifikujemo i sprovodimo mogućnosti za efikasniju upotrebu resursa, smanjenje zagađenja i minimizaciju količine upotrebljene energije u rashladnim uređajima.

Coca-Cola HBC Grupa obavezala se da do 2025. godine koristi 50% ukupne energije iz obnovljivih i čistih izvora. Ovaj cilj je već premašen, te je na kraju 2021. godine udeo obnovljivih i čistih izvora energije na nivou Grupe iznosio 53%.



## PROJEKAT ZA SMANJENJE KARBONSKOG OTISKA

Coca-Cola HBC Grupa uključena je u Projekat za smanjenje karbonskog otiska (Carbon Disclosure Project), koji kompanijama obezbeđuje jedini globalni sistem za merenje, saopštavanje, upravljanje i deljenje ključnih ekoloških informacija, čime ih podstiče da objavljuju podatke o svom uticaju na životnu sredinu i rade na njegovom smanjenju.

## Važnost materijala u proizvodnji Odelo ne čini čoveka, ali materijal čini proizvod

Svi materijali upotrebljeni u proizvodnji su direktni, odnosno prisutni u finalnom proizvodu.

### 2021. COCA-COLA HBC SRBIJA

Upotrebljeni materijali 2020.	jedinica	BEOGRAD	VLASINKA	TOTAL SRBIJA
Šećer	kg	17.545.920,00 <small>*4,23% iz GAP izvora</small>	0,00	17.545.920,00
Ostali zaslađivači <small>*fruktoza</small>	kg	35.587.2200,00	0,00	35.587.2200,00
Koncentrati, kaše	kg	6.096.273,51	0,00	6.096.273,51
CO <sup>2</sup>	kg	4.698.592,06 <small>*100% iz recikliranih izvora</small>	0,00	4.698.592,06
Azot	kg	21.460,00	0,00	21.460,00
PET granulat	kg	13.455.450,00	3.647.595,00	17.103.045,00
„Post-consumer“ PET reciklirani materijal	kg	0,00	0,00	0,00
PET pretforme	kg	0,00	0,00	0,00
Staklo (boce)	kg	4.221.575,55 <small>*33,90% iz recikliranih izvora</small>	4.722.679,00 <small>*43,56 iz recikliranih izvora</small>	8.944.254,55
Aluminijum (limenke i poklopci)	kg	1.829.151,30 <small>*38,01% iz recikliranih izvora</small>	32.573,00	1.861.724,30
Čelik (zatvarači)	kg	265.321,31 <small>*22,79% iz recikliranih izvora</small>	0,00	265.321,31
Tetrapak	kg	861.145,48	0,00	861.145,48
Plastični zatvarači	kg	586.068,12	258.250,00	844.318,12
Mešavina b-PET i virgin PET materijala* granulat biljnog porekla, odnosno količina granulata koji u sebi sadrži 30% granulata biljnog porekla (plant boca)	kg	0,00	0,00	0,00
Plastične etikete	kg	153.912,80	107.862,00	261.744,80
Papirne etikete	kg	59.600,74	0,00	59.600,74
PE termo i streč folija	kg	1.593.646,55	654.514,00	2.248.160,55
Karton	kg	1.564.331,97	518.772,00	2.083.103,97
Drvo (palette)	kg	0,00	0,00	0,00
<b>Ukupno upotrebljeni materijali</b>	<b>kg</b>	<b>91.539.669,39</b>	<b>9.942.245,00</b>	<b>101.481.914,39</b>
<b>Upotrebljeni reciklirani materijali u 2021.</b>		<b>8,81%</b>		

\*Podaci se odnose na dobijene procenete pojedinačnih sirovina na osnovu informacija od dobavljača.

## 2021. BAMBI

Upotrebljeni materijali 2020.	jedinica	TOTAL SRBIJA
Žitarice i derivati	kg	20,367,758.04
Šećeri i zaslađivači	kg	6,371,365.20
Mleko i mlečni proizvodi	kg	2,555,020.17
Masti	kg	2,435,591.51
Sojini proizvodi	kg	1,587,145.29
Kakao i čokolada	kg	1,035,320.67
Aditivi	kg	590,380.28
Voće i povrće	kg	121,856.52
Arome	kg	36,002.69
Vitamini, emulgatori, enzimi	kg	31,712.11
Začini	kg	16,960.57
Štampane kutije od hromokartona *	kg	2,861,815.56
Kutije od valovite lepenke (TK)**	kg	1,595,929.09
Folije	kg	466,824.17
Čančići	kg	114,498.46
Samolepljive etikete/etikete/nalepnice	kg	9,843.74
Kese bez štampe	kg	1,173.89
Trake i vezice	kg	1,112.83
<b>Ukupno upotrebljeni materijali</b>	kg	<b>40,200,310.79</b>

Upotrebljeni reciklirani materijali u 2021.

11,09%

\*Udeo recikliranog materijala svih ambalažera TK 100%

\*\*Udeo recikliranog materijala 100% kod svih ambalažera štampanih kutija

KAKO NAŠI  
ZAPOSLENI ŽIVE  
ODRŽIVE  
VREDNOSTI



Kako na poslu, tako i privatno, u svakodnevnom životu, trudim se da doprinosim očuvanju životne sredine. Najpre, **u kući smo sve električne uređaje zamenili energetski efikasnijim, bojlere uključujemo prema potrebi, klima uređaj veoma retko, gasimo svetla za nama, sudove peremo u mašini, voda ne teče neprekidno.** Kod nas nema bacanja hrane. Komunalni otpad smo sveli na minimum, a i ono što zaostaje je sabijeno, rasklopljeno, i zauzima malo prostora. Odvajamo PET flaše, čepove, karton i papir, limenke, elektronski otpad i sve zbrinjavamo. Staklo takođe izdvajamo, čuvamo i čekamo organizovanu akciju za njegovo prikupljanje. Trudim se da odeća koju kupujem bude od pamuka, a ono što više ne nosimo, uglavnom poklanjam. U tašni uvek nosim svoje dve torbice za kupovinu, tako da ne koristim plastične kese. Kada je u pitanju vožnja, sledim savete za uštedu goriva, a trudim se da, kad god je moguće, pešaćim. I ono što je možda najznačajnije, težim da i drugima prenesem svoje znanje i iskustvo o značaju očuvanja životne sredine, kao i održivom razvoju uopšte.

**Marija Savić**

Menadžer sistema kvaliteta kompanije Bambi

## OČUVANJE ENERGIJE

Najveća količina energije u poslovanju Coca-Cola HBC koristi se u sledećim segmentima poslovanja: punionicama, voznom parku i rashladnoj opremi. Ključne akcije sprovedene u 2021. godini za smanjenje potrošnje energije u proizvodnom procesu su:

- **Rekonstrukcija linija niskog pritiska u fabrici u Beogradu** – procenjena ušteda energije na godišnjem nivou: 322 MWh;
- **Zamena čilera;** - procenjena ušteda energije na godišnjem nivou: 533 MWh;
- **Rekonstrukcija deaeratora u kotlarnici;** koja pored uštede energije doprinosi i povećanju kvaliteta vode i pare, i daljoj prevenciji korozije opreme. Procenjena ušteda energije na godišnjem nivou: 83 MWh;

**Ukupna potrošnja energije u Coca-Cola HBC Srbija po litru proizvedenog pića u periodu od 2007. do 2021. godine smanjena je za 56%.**

### COCA-COLA HBC SRBIJA

Direktna potrošnja energije 2021.*	jedinica	BEOGRAD	VLASINKA	TOTAL SRBIJA
Električna energija	MWh	27.537,06	6.840,31	34.377,37
Lož ulje (light fuel oil)	L	10.196,00	0,00	10.196,00
Prirodni gas	m <sup>3</sup>	1.503.104,00*	0,00	1.503.104,00
		<small>*očitanje u beogradskoj punionici</small>		
Benzin	L	19,88	338,49	358,37
Dizel	L	0,00	365,79	365,79
<b>Ukupna energija</b>	<b>GJ</b>	152.018,74	24.651,23	176.669,971

\*Od 01.07.2020. godine u obe punionice koristi se električna energija koja je 100% iz obnovljivih izvora.

## UPRAVLJANJE INDIREKTNIM UTICAJIMA

U prodaji svojih proizvoda, Coca-Cola HBC Srbija koristi rashladne uređaje i automate kao važne resurse preko kojih distribuira svoje proizvode, a koji se nalaze u prostorijama naših kupaca. Budući da rashladni uređaji i pakovanje proizvoda čine dve trećine naših indirektnih uticaja, to su važni aspekti naše strategije. Zahvaljujući investicijama u energetske efikasne rashladne uređaje i partnerstvu sa našim kupcima, udeo energetski efikasnih uređaja na tržištu na nivou Coca-Cola HBC Grupe dostigao je u 2021. godini 42%. Radimo i na eliminisanju hidro-fluoro-karbonatnih (HFC) jedinjenja, kao i gasova sa efektom staklene bašte koji su u širokoj upotrebi u rashladnim uređajima u domaćinstvima i poslovnim objektima. Takva jedinjenja više ne koristimo u

Najveća količina energije u poslovanju Bambija koristi se u sledećim segmentima poslovanja: proizvodnim pogonima, voznom parku i klimatizacionoj opremi. U 2021. godini je izrađena studija izvodljivosti projekta instalacije solarnih panela za proizvodnju električne energije. Naredni korak je apliciranje za sredstva kroz CAPEX plan.

### BAMBI

Direktna potrošnja energije 2021.	jedinica	TOTAL
Električna energija	kWh	8.241,88
Prirodni gas	m <sup>3</sup>	2.234.868,00
LPG	L	/
Toplovodna	kWh	2.156,83

**Ukupna energija GJ 104.161.489**

Kompanija ne koristi obnovljive izvore energije, osim obnovljive energije iz hidroelektrana od ukupne količine struje koju kupuje.

termoizolacionoj peni, a vršimo i probnu upotrebu alternativnih rashladnih gasova. Hloro-fluoro-karbonatne gasove (CFC) smo potpuno eliminisali iz upotrebe našim programom koji je podrazumevao pronalaženje i zamenu takve opreme i na tržištu. Svi frižideri opremljeni su sistemom za upravljanje energijom.



## COCA-COLA HBC SRBIJA

Potrošnja energije van kompanije 2021t	jedinica	FLEET
LPG	L	1.006.994
Benzin	L	199.793
Dizel	L	164.053
<b>Ukupna energija</b>	<b>GJ</b>	<b>39.069,17</b>

## BAMBI

Potrošnja energije van kompanije 2020.	jedinica	FLEET
LPG	L	142.140,41
Benzin	L	134.837,41
Dizel	L	98.044,31
<b>Ukupna energija</b>	<b>GJ</b>	<b>11.150,14</b>

## SMANJENJE KARBONSKIH EMISIJA

Ciljevima održivosti do 2025. godine Coca-Cola HBC Grupa obavezala se na smanjenje karbonskih emisija u operacijama Grupe za 30%. Programom za sprečavanje zagađenja atmosfere i emisije gasova definisane su redovne akcije i plan monitoringa emisija, a na nivou Grupe cilj je već premašen, sa ostvarenim smanjenjem od 36% na kraju 2021. godine.

Akreditovane laboratorije redovno prate emisije gasova iz kotlarnica, redovno se kontrolišu instalacije za ugljen-dioksid i linija za prirodni gas. U opremi i rashladnim postrojenjima punionica se koriste ekološki podobni rashladni mediji (freoni). Uređaje koji koriste freone (frižideri, POM aparati, klime, hladnjače, husky mašina) servisiraju ovlašćeni serviseri, a redovno se prate i količine freona u instalacijama, dok se otpisana oprema kontrolisano uništava. Prilikom nabavke nove rashladne opreme vodi se računa o energetskej efikasnosti novih uređaja, kao i vrsti rashladnog medijuma koji oprema koristi.

Coca-Cola HBC Srbija tokom 2021. nije zabeležila emisije gasova koji oštećuju ozonski omotač, a kada je reč o drugim značajnim emisijama u vazduh, one se generišu samo iz fabrike u Zemunu, dok Vlasinka ne koristi druge vrste energije osim električne i nema emisije.

## COCA-COLA HBC SRBIJA

CCH Srbija:	Jedinica:	OPIS	
649.480	000 litara	ukupna proizvodnja	Scope1
2.683	tona	CO <sub>2</sub> iz punionica	
2.516	tona	CO <sub>2</sub> iz voznog parka	
179	tona	Rashladni medijum in CDE	
1.233	tona	karbonizacija proizvoda (gubici)	
25	tona	CO <sub>2</sub> iz potrošnje goriva DC	
0	tona	CO <sub>2</sub> iz kupljene el. energije	Scope2
250	tona	CO <sub>2</sub> iz potrošnje el. energ.DC	
3.465	tona	CO <sub>2</sub> u proizvodu	Scope3
65.848	tona	CO <sub>2</sub> emisije iz CDE potrošnje električne energije	
5.939	tona	ukupna CO <sub>2</sub> emisija iz transporta treće strane	
50.843	tona	CO <sub>2</sub> iz primarnog pakovanja	
6.241	tona	CO <sub>2</sub> iz sekundarnog pakovanja	
6.501	tona	CO <sub>2</sub> emisije iz Juice Concentrates	
47.187	tona	CO <sub>2</sub> iz šećera i zaslađivača	
31	tona	CO <sub>2</sub> iz potrošnje goriva u iznajmljenim objektima van punionica	
300	tona	CO <sub>2</sub> iz potrošnje električne energije u iznajmljenim RP	
<b>193.241,6</b>	<b>tona</b>		

U direktnim emisijama kompanije Bambi (scope 1 +2) najveći udeo imaju emisije usled potrošnje prirodnog gasa i toplovodne energije. U indirektnim emisijama (scope 3) najveći udeo imaju emisije usled proizvodnje sirovina, materijala za pakovanje i raznih vidova transporta.

## BAMBI

BAMBI	Jedinica:	OPIS	
3.889	tona	CO <sub>2</sub> iz potrošnje prirodnog gasa	Scope1
769	tona	CO <sub>2</sub> iz voznog parka	
381	tona	CO <sub>2</sub> iz upotrebe rashladnih medijuma	
16	tona	CO <sub>2</sub> iz potrošnje goriva (ostalo)	
0	tona	CO <sub>2</sub> iz kupljene el.energije na lokaciji fabrike	Scope2
94	tona	CO <sub>2</sub> iz potrošene el.energije skladištenje	
1.697	tona	CO <sub>2</sub> iz potrošnje toplovodne energije	
40.977	tona	CO <sub>2</sub> iz sirovina	Scope3
4.036	tona	CO <sub>2</sub> iz primarnog pakovanja	
1.152	tona	CO <sub>2</sub> iz sekundarnog pakovanja	
100	tona	CO <sub>2</sub> iz tercijernog pakovanja	
1.682	tona	CO <sub>2</sub> iz transporta treće strane	
921	tona	CO <sub>2</sub> iz potrošene el.energije treće strane (outsource)	
879	tona	CO <sub>2</sub> iz potrošene el.energije u iznajmljenim prostorima	
8	tona	CO <sub>2</sub> iz potrošnje prirodnog gasa treće strane	
235	tona	CO <sub>2</sub> iz upotrebe rashladnog medijuma u iznajmljenim prostorima	
7	tona	CO <sub>2</sub> iz snabdevanja vodom	
10	tona	CO <sub>2</sub> iz nastalih otpadnih voda	
<b>56.853</b>	tona	<b>TOTAL SCOPE 1+2+3</b>	

Najveći uticaj na GHG imaju sirovine. Polovina emisija, koje potiču od sirovina, odnosi se na sastojke životinjskog porekla (mleka i mlečnih proizvoda), bez obzira što je njihov količinski udeo znatno niži od sastojaka biljnog porekla.



## COCA-COLA HBC SRBIJA

NOx, SOx i druge značajne vazdušne emisije prema vrsti i težini*	jedinica	BEOGRAD 2021.	VLASINKA 2021.***	TOTAL SRBIJA
Nox	Kg/god	2.433,41**	0,00	2.433,41
SOx	Kg/god	16,99**	0,00	16,99
CO	Kg/god	444,75	0,00	444,75

\*Podaci o godišnjim količinama emisija se dobijaju proračunom na osnovu srednje godišnje izmerene vrednosti emisije (od autorizovane laboratorije) i godišnjeg broja radnih sati postrojenja.

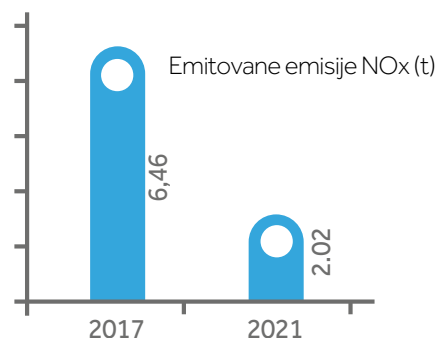
\*\*Zbir sva četiri emitera

\*\*\*Vlasinka je ekološka fabrika, koristi samo električnu energiju i nema emisije ovih supstanci u vazduh

## BAMBI 2021

NOx, SOx i druge značajne vazdušne emisije prema vrsti i težini*	jedinica	TOTAL
Nox	Kg/god	2.026,39
CO	Kg/god	2.492,77

\*Računanje: Srednja godišnja vrednost parametara puta broj radnih sati



Bambi je prelaskom sa TNG na prirodni gas smanjio emisije azotnih oksida. U celokupnom procesu aktivno učešće imaju operateri održavanja koji redovno vrše podešavanje gorionika na pećima i na taj način kontrolišu parametre emisija. Merenje emisija zagađujućih materija vrši se dva puta godišnje od strane ovlašćene laboratorije. U 2014. i 2021. godini, instalirane su nove proizvodne linije većih kapaciteta i novije tehnologije što je uticalo na smanjenje emitovanja emisija.

Freon R -22 se više ne koristi kao rashladni fluid u proizvodnim pogonima kompanije Bambi. U administrativnim prostorijama vršice se postepena zamena freona R-22, sa ciljem smanjenja emisija koje oštećuju ozonski omotač.

# AUTOMOBILI ZA ZELENO SUTRA

Najznačajnije identifikovane uticaje na životnu sredinu, koji nastaju usled unutrašnjeg i spoljašnjeg transporta naših proizvoda, predstavljaju potrošnja goriva i emisija gasova.

Oba parametra, kao i pređena kilometraža, prate se za sva vozila voznog parka Coca-Cola HBC Srbija, koji čine laka putnička vozila (ne uključujući teretna vozila, koji su u vlasništvu druge kompanije). Od 2008. godine počela je ugradnja uređaja za tečni naftni gas u vozila koja su u vlasništvu kompanije, a u sva nova vozila koja se nabavljaju odmah se ugrađuju uređaji za tečni naftni gas. Potrošnja goriva se prati i po svakom vozilu pojedinačno, kao i po zaposlenima kojima je dodeljen službeni automobil, a izveštaji tog praćenja se mesečno dostavljaju rukovodstvu. U okviru izveštaja, prate se sledeći parametri: potrošnja goriva, pređena kilometraža, način upotrebe vozila preko mobileye uređaja. Mesečno šaljemo podatke Coca-Cola HBC Grupi za prosečnu potrošnju goriva, pređenu kilometražu, gde se preračunava i emisija ugljen-dioksida.

Kako bismo postigli ciljeve uštede energije i smanjili emisiju CO<sup>2</sup> za obavljanje istog posla, vozila sa pogonom na fosilna goriva u voznom parku kompanije Bambi (BMB i Diesel, nezasićeni ugljovodonicici) zamenili smo vozilima sa pogonom na TNG (tečni naftni gas, zasićeni ugljovodonicici). Zamenom 36 vozila u 2021. godini i 66 vozila u 2020. godini, izvršena je izmena 2/3 voznog parka na pogon sa TNG. Potrošnja goriva se prati na mesečnom nivou, za svako vozilo, kao i za svakog korisnika službenih vozila. Na mesečnom nivou se takođe vrši kontrola pređene kilometraže, vrste kupljenog goriva, kao i prosečna potrošnja. Planovi su dalja nabavka novih vozila sa pogonom na alternativne vidove energije - hibridni pogon, poluhibridni pogon i električni pogon, sa ciljem da do 2030. godine kompanija ima kompletno „zeleni“ vozni park. Vozila na električni i poluhibridni pogon će moći da se pune električnom energijom dobijenom iz obnovljivih izvora energije.



## ODRŽIVA AMBALAŽA I RECIKLIRANJE

Održiva ambalaža je od ključnog značaja za našu kulturu održivosti i način razmišljanja. Smanjujemo uticaj naše ambalaže na životnu sredinu poštujući naš princip 3R: Reduce (smanjiti), Reuse (ponovo upotrebiti), Recycle (povratiti). Takvim pristupom ostvaren je znatan doprinos u pogledu upotrebe primarne ambalaže i našeg uticaja na životnu sredinu. Nastavljamo da identifikujemo i koristimo nove mogućnosti za optimizaciju ambalaže, inovacije, našu agendu održivosti, i na kraju, za smanjenje troškova.

Ambalaža predstavlja jedan od najvažnijih činilaca u održavanju vrhunskog kvaliteta i bezbednosti naših proizvoda. Imajući u vidu količine ambalaže koju koristimo, taj aspekt našeg poslovanja ima značajne uticaje na životnu sredinu. Nastojimo stoga da umanjimo uticaje ambalaže u svakoj od faza životnog ciklusa – izradi, recikliranju i odlaganju, istovremeno unapređujući i njenu osnovnu funkciju - obezbeđivanje kvaliteta samog proizvoda u lancu isporuke do krajnjeg potrošača.

Cilj kome težimo jeste zatvaranje kruga recikliranja, odnosno pretvaranja već korišćene ambalaže u novu. Kontinuirano radimo na razvoju pakovanja koja imaju manju težinu i smanjuju količinu otpada, kao i na povećanju sadržaja recikliranog i obnovljivog materijala u sastavu nove ambalaže. Posvećeni smo, takođe, i saradnji sa partnerima na uspostavljanju infrastrukture za recikliranje u Srbiji, kao i edukaciji i promociji recikliranja ambalaže kod potrošača.

## "NEXT VOLI PRIRODNO"

U 2021. godini na tržište je stigao još jedan novi član naše Next porodice - Next Economy 1,5L u ukusima jabuke, breskve i voćnog miksa. Motivisani sloganom "Next voli prirodno", Economy 1,5L kao i sva ostala pakovanja napravljena su od 82% biljnog materijala koji može 100% da se reciklira.



## KAMPANJA "SVET BEZ OTPADA"

Kompanija Coca-Cola, zajedno sa partnerskim punionicama (skoro 250 u više od 200 država), ima hrabar i ambiciozan cilj da do 2030. godine uvede reciklažu limenki i boca svih svojih napitaka. Bez obzira na to odakle dolazi, naša želja je da svaka ambalaža ima više od jednog života.



U želji da utiče na povećanje stope reciklaže, kampanjom „Svet bez otpada“ na globalnom nivou, kompanija nastoji da ostvari nekoliko ciljeva. Pre svega, želi da radi na 100 procentnom pakovanju koje može da se reciklira, kao i na ambalaži od najmanje 50 procenata recikliranog materijala. Želi, takođe, da pomogne u prikupljanju i recikliranju boca i limenki za sve koje prodaje i tako partnerski pomogne čišćenju planete.

Vlasnik najpoznatijeg brenda napitaka na svetu nastaviće da saraduje sa lokalnim zajednicama, nevladinim organizacijama, kolegama iz industrije i potrošačima, kako bi recikliranje učinio lakšim i pristupačnijim za sve, i poboljšao lokalne sisteme reciklaže. Istovremeno, aktivno će raditi na edukaciji ljudi o štetnosti zagađenja plastikom. Organizovaće i obuke o prednosti recikliranja.



## PROIZVODNI OTPAD

Na svim lokacijama Coca-Cola HBC Srbija ispunjavamo sve zahteve važeće zakonske regulative u vezi sa upravljanjem otpadom, kao i visoke standarde koje pred nas stavlja Coca-Cola HBC Grupa i standarde Coca-Cola Kompanije.

Evidencija se vodi o svim vrstama otpada koji se generiše našim poslovanjem, kako u okviru naših poslovnih lokacija tako i kada je u pitanju ambalažni otpad koji nastaje nakon konzumacije naših proizvoda. Sav otpad se predaje ovlašćenim operaterima za upravljanje otpadom, pri čemu se nastoji da se što je moguće veći procenat otpada reciklira ili ponovo upotrebi.

Najbitnije akcije koje se sprovode sa ciljem smanjenja ukupnog otpada, kao i smanjenja ambalažnog otpada na tržištu, koje istovremeno doprinose i smanjenju karbonskog otiska naše kompanije, jesu akcije olakšavanja i optimizacije ambalaže.

Sav otpad koji se generiše u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija, i opasan i neopasan, predaje se ovlašćenim operaterima, tako da kompanije ne vrše nikakav transport/preradu otpada. Takođe, ne vršimo uvoz niti izvoz otpada, opasnog, kao i neopasnog.

### COCA-COLA HBC SRBIJA

Ukupna težina otpada 2021.*	jedinica	BEOGRAD	VLASINKA	TOTAL SRBIJA
Neopasan otpad	t	2.436.300,00	60.064,00	2.496.364,00
Opasan otpad	t	5.996,00	0,00	5.996,00
<b>Ukupan otpad</b>	<b>t</b>	<b>2.442.296,00</b>	<b>60.064,00</b>	<b>2.502.360,00</b>
<b>Reciklirano**</b>	<b>t</b>	<b>2.424.836,00</b>	<b>59.289,00</b>	<b>2.484.125,00</b>
<b>Odloženo na deponiju</b>	<b>t</b>	<b>17.460,00</b>	<b>775,00</b>	<b>18.235,00</b>

\*Za oba lokaliteta iznosi su dobijeni merenjem.

\*\*Neopasan+opasan otpad.

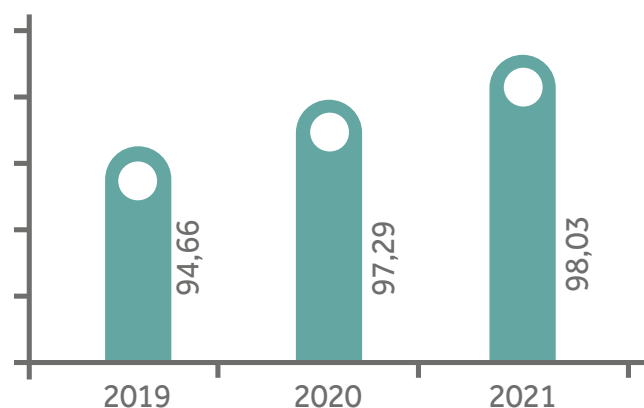
\*\*\*Tokom 2021. godine nije bilo značajnih izlivanja

Bambi upravlja svim vrstama otpada na osnovu klasifikacije i karakterizacije. Primenjeni tretmani otpada, kroz preradu/reciklažu i iskorišćenje (energetsko/kompostiranje), nemaju negativan uticaj na životnu sredinu. Tehnološki rastur i drugi organski otpad koji nastaje u procesu proizvodnje, svoj životni ciklus završava procesom prerade (sekundarna opcija je kompostiranje).

### BAMBI

Ukupna težina otpada 2021.*	jedinica	TOTAL
Neopasan otpad	t	1.102,51
Opasan otpad	t	0,66
<b>Ukupan otpad</b>	<b>t</b>	<b>1.103,17</b>
<b>Reciklirano</b>	<b>t</b>	<b>1.081,46</b>
<b>Odloženo na deponiju</b>	<b>t</b>	<b>21,71</b>

Zbrinuti otpad na lokaciji fabrike (%)



# UPRAVLJANJE AMBALAŽNIM OTPADOM

Coca-Cola i Bambi su među kompanijama osnivačima prvog operatera za upravljanje ambalažnim otpadom u Srbiji pod nazivom Sekopak. Sekopak se zalaže za donošenje zakonskih okvira u oblasti ambalaže i ambalažnog otpada po ugledu i u skladu sa propisima koji postoje u EU i sa Direktivom 94/62/EC o ambalaži i ambalažnom otpadu, koje postavljaju obavezu ponovnog korišćenja i reciklaže pred sve subjekte u lancu do krajnjeg korisnika - proizvođače, pakere/punioce, uvoznike, distributere i maloprodaju, stavljajući ih u poziciju da ponovno iskoriste ambalažu koju plasiraju na tržište u procentu koji države same odrede. Princip „odgovornosti generatora otpada” inkorporiran je u važeći srpski Zakon o upravljanju otpadom i Zakon o ambalaži i ambalažnom otpadu.

Kao proizvođač bezalkoholnih pića, Coca-Cola HBC Srbija plasira veliku količinu ambalaže na tržište. Svesno prihvatamo svoju odgovornost i,

shodno tome, preuzimamo inicijativu za pronalaženje ekološki najprihvatljivijih rešenja za upravljanje ambalažnim otpadom i za podsticanje svojih potrošača da se uključe u recikliranje. Coca-Cola HBC sistem proaktivno učestvuje u uspostavljanju održivog sistema za upravljanje ambalažnim otpadom u svim zemljama u kojima posluje i osnivač je nacionalnih operatera za upravljanje ambalažnim otpadom u tim zemljama. Izuzetnu pažnju posvećujemo i podizanju svesti naših zaposlenih. Shodno tome, u obe naše punionice postavljeni su sistemi razvrstavanja otpada nastalog po kancelarijama. Na hodnicima su postavljeni setovi kanti za razvrstavanje otpada: plastika, metal, papir, a ostali otpad se i dalje odlaže u postojeće kante za komunalni otpad. Takođe, imamo odvojenu kantu u koju zaposleni mogu da odlože otpadne baterije. Započeli smo i postavljanje kanti za stakleni otpad, koje su planirane za sve hodnike administracije.

Coca-Cola HBC Srbija 2021.		Procenat preuzetih prodatih proizvoda i njihovih ambalažnih materijala, prema kategoriji*		
Vrsta materijala	Jedinica mere	Količine koje je CCH Srbija stavila na tržište	Ispunjenje specifičnih nacionalnih ciljeva u Sekopak sistemu	CCH količine ponovno iskorišćene /reciklirane
Papir/karton	t	1.731,43	94,12%	1.629,62
Plastika	t	14.590,13	36,99%	5.396,89
Staklo	t	6.605,90	45,81%	3.026,16
Metal	t	1.689,99	74,69%	1.262,26
Drvo	t	1.612,81	49,48%	798,02
<b>Ukupno</b>	t			<b>12.112,95</b>

\*Coca-Cola Hellenic Srbija svakog meseca Sekopaku dostavlja proračunate količine ambalažnog otpada koje je plasirala na tržište u tom mesecu. Količine se računaju tako što se prodana količina množi sa težinama svakog pakovanja. Procenti koji su navedeni kao recikliran ambalažni otpad dobijeni su od Sekopaka iz godišnjeg izveštaja o dostizanju nacionalnih ciljeva. Procenti recikliranog ambalažnog otpada koje je Sekopak dati su po materijalima, jer nije izvodljivo to uraditi po proizvodima

Verujem da svako od nas može da doprinese očuvanju životne sredine i ove fantastične, bogate planete na kojoj živimo. Pre nekoliko godina, rešio sam da zajedno sa svojom porodicom napravim neke male korake ka tom cilju. **Ne koristimo plastiku za jednokratnu upotrebu, odvajamo smeće po kategorijama za reciklažu i od skoro biramo odeću i obuću koja je izrađena od recikliranih materijala i pravljena da traje.** Iako sam svestan da sami ne možemo da zaustavimo globalne trendove, nadam se da ćemo svojim primerom uticati na što više ljudi da naprave te male korake koji zajedno čine promenu.

**Luka Pavlović**

Menadžer komercijalnih finansija i strateškog planiranja kompanije Bambi



**KAKO NAŠI  
ZAPOSLENI ŽIVE  
ODRŽIVE  
VREDNOSTI**

Bambi 2021.

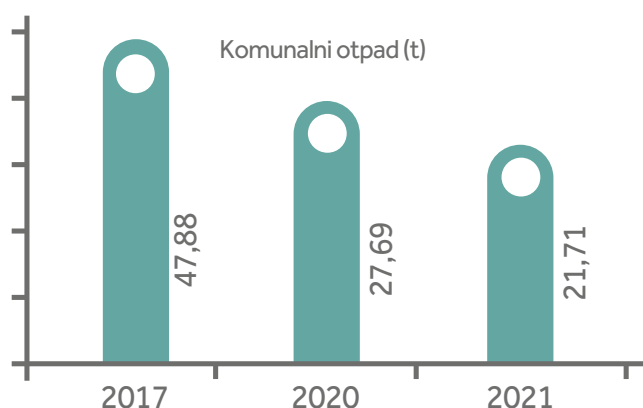
**Procenat preuzetih prodatih proizvoda i njihovih ambalažnih materijala, prema kategoriji\***

Vrsta materijala	Jedinica mere	Količine koje je BAMBI stavila na tržište	Ispunjenje specifičnih nacionalnih ciljeva u Sekopak sistemu
Papir/karton	t	3.154,18	94,12%
Plastika	t	388,38	36,99%
Staklo	t	0,00	45,81%
Metal	t	2,24	74,69%
Drvo	t	3.154,18	69,48%
<b>Ukupno</b>	t		

Operater Sekopak se o količinama plasiranim na tržište Republike Srbije na mesečnom nivou izveštava putem aplikacije. Bambi je takođe osmislio aplikaciju direktnog povlačenja podataka (svako pakovanje na osnovu normativa sa neto masom). Proceniti koji su navedeni kao recikliran ambalažni otpad dobijeni su od Sekopaka iz godišnjeg izveštaja o dostizanju nacionalnih ciljeva. Proceniti recikliranog ambalažnog otpada koje je Sekopak dati su po materijalima, jer nije izvodljivo to uraditi po proizvodima

U oktobru 2021. godine kompanije Coca-Cola HBC Srbija i Bambi dobile su i Sekopak Sertifikat o umanjenoj emisiji CO<sup>2</sup>, koji se tradicionalno dodeljuje svake godine.

Vrsta otpada (insite)	Vrsta otpada (offsite)	Tretman	Kategorija	Količina insite (t)	Količina offsite u RS (t)	Ukupno (t)
Otpadni papir/karton	Papir/karton	Recklaža	neopasan	459,07	3.154,18	3.613,25
Otpadni PE (streč folija)		Recklaža	neopasan	13,34		13,34
Otpadna HDPE plastika		Recklaža	neopasan	10,68		10,68
Otpadne palete		Recklaža	neopasan	44,56		44,56
Nameštaj		Recklaža	neopasan	2,8		2,80
Otpadno jestivo ulje		Recklaža	neopasan	0,69		0,69
Testani otpad (reciklaža)		Recklaža	neopasan	126,08		126,08
Metalni otpad (reciklaža)		Recklaža	neopasan	10,26	2,24	12,50
Praškasti aditivi (reciklaža)		Recklaža	neopasan	0,44		0,44
Opasan otpad (izolacioni materijal, arome, kontaminirana ambalaža)		Recklaža	Opasan	0,66		0,66
Mešana ambalaža (plastična)	Mešana ambalaža (plastična)	Spaljivanje	neopasan	115,96	388,38	504,34
Konditorski proizvodi sa isteklim rokom		Spaljivanje	neopasan	76,87		76,87
Tehnološki rastur		Spaljivanje	neopasan	7,57		7,57
Tehnološki rastur (kompostiranje)		Kompostiranje	neopasan	116,68		116,68
Sadržaj iz separatora masti i ulja		Kompostiranje	neopasan	95,8		95,80
Komunalni otpad (odlaganje)		Odlaganje	neopasan	21,71		21,71
					<b>Ukupno:</b>	<b>4.647,97</b>



# 5 ZAJEDNICA



### PRIORITETNE OBLASTI:

- Podrška profesionalnom razvoju mladih
- Razvoj lokalnih zajednica
- Zaštita životne sredine i vodnih resursa
- Podrška u vanrednim situacijama

### KLJUČNI POKAZATELJI:

- Iznos ulaganja u zajednicu
- Broj uložених volонterskih sati
- Broj mladih obuhvaćenih programima podrške

### DOPRINOS UN CILJEVIMA ODRŽIVOG RAZVOJA:





# BITI USPEŠAN, ZNAČI POMAGATI DRUGIMA

Svesni da se uspešno poslovanje ne meri samo finansijskim pokazateljima, već i našim ukupnim uticajem koji ostavljamo u sredinama gde poslujemo, Coca-Cola HBC Srbija i Bambi ulažu u kvalitet života u svojim lokalnim zajednicama. To činimo u skladu sa potrebama zajednice i strateškim prioritetima kompanije. Potrebe zajednice identifikujemo kroz stalni dijalog sa zainteresovanim stranama. Sa tim ciljem u 2021. godini uspostavili smo i Savetodavni odbor, koji čine predstavnici akademske zajednice, poslovnih asocijacija, civilnog sektora, medija i drugih značajnih zainteresovanih strana. Više o aktivnostima Savetodavnog odbora pročitajte u odeljku "Uključivanje zainteresovanih strana – stvaramo i delimo vrednost".

Naš pozitivan pečat u kreiranju boljih zajednica ostavljamo kroz: kompanijske sistemske projekte, podršku inicijativama lokalnih organizacija kroz novčane i robne donacije, kao i volonterski angažman naših zaposlenih. Upiti za sponzorstvo i donaciju se mogu podneti isključivo elektronskim putem, na adrese **PR.RS@cchellenic.com** i **vasikomentari@bambi.rs**, a u narednom periodu biće omogućeno i podnošenje zahteva popunjavanjem formulara na kompanijskim veb-sajtovima.

<https://coca-colapodrskamladima.com/>

**U razvoj lokalnih zajednica  
smo tokom 2021. godine  
uložili gotovo  
92.000.000 dinara!**



**Coca-Cola HBC  
Srbija**



# PODRŠKA PROFESIONALNOM RAZVOJU MLADIH



## Program

### „Coca-Cola podrška mladima“

„Znanje je moć, a kroz program Coca-Cola podrška mladima u 2021. godini u Srbiji obuhvatili smo skoro **3000 mladih ljudi**. Pored formalnog obrazovanja, za uspeh na tržištu rada potrebna su i znanja i veštine iz domena neformalne edukacije.



Kroz program Coca-Cola podrška mladima već pet godina mladima iz cele Srbije omogućavamo da unaprede svoje lične i profesionalne veštine, kako bi lakše došli do posla ili pokrenuli sopstveni biznis. Samo u 2021. godini imali smo skok u broju osnaženih mladih za 140% u poređenju sa prethodnom godinom, što je pokazatelj stalnog unapređenja kvaliteta samog programa i prepoznavanje potreba mladih.

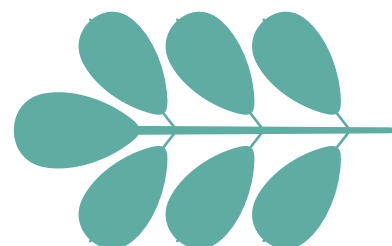
Program se poslednje dve godine sprovodi kroz online edukaciju na nekoliko klikova od njih, mladi koji se registruju na našu platformu, potpuno besplatno mogu pristupiti bogatom sadržaju, koji čine **preko 30 video predavanja i mentorskih sesija**, virtuelne učionice, test samoprocene, **kao i deset video modula**. Teme su relevantne i u koraku sa trendovima, od osnovnih komunikacijskih i poslovnih veština, do društvenog preduzetništva, održivog poslovanja, razvoja agilnosti. **Inspirišemo** na neprestan rad na sebi i kroz znanje **pružamo samopouzdanje mladim ljudima**.

Ono na šta smo posebno ponosni, je inovativni način sprovođenja virtuelnih događaja kroz segment Mentorskih sesija koje smo uveli u okviru programa podrške mladima, gde iz prve ruke mladi

imaju priliku da čuju razvojni put i savete za karijeru eksperata iz svojih oblasti, te su tako naše kolege i partneri iz Bambija, Coca-Cola HBC Srbija, Heiniken-a, BOŠ-a, Representa i mnogih drugih nesebično delili svoje znanje sa polaznicima našeg programa.

## 9 godina Coke Summership programa

Da leto nije samo za odmor, potvrđuje čak 9 generacija Coke Summership programa. Ovaj program predstavlja idealnu letnju dozu znanja, druženja i iskustva koja mladima omogućava da se profesionalno usavrše i startuju svoju karijeru na pravi način. Tokom 6 nedelja letnje prakse mladi polaznici imaju priliku da rade na projektu sa mentorom iz kompanije, odlaze na teren, i prisustvuju različitim treninzima i predavanjima. Uz to, praktikanti imaju mogućnost da se bolje upoznaju sa različitim sektorima u našoj kompaniji, kao i da od naših zaposlenih saznaju o njihovom profesionalnom razvoju. Tokom prethodnih 9 godina kroz Coke Summership program poddelili smo znanja sa 270 mladih, od kojih se preko 70 njih zaposlilo u našoj kompaniji.





## ZVANIČNO NAJBOLJI PROGRAM PRAKSI – BAMBI FOR YOUNG

Verujući da se budućnost temelji na mladim ljudima, Bambi nastoji da podrži nove generacije u profesionalnom sazrevanju i pomogne im da, uprkos složenoj situaciji na tržištu rada, hrabro nastupe i smelo zakorače u svet biznisa. Krajem 2020. godine po prvi put smo pokrenuli program prakse pod nazivom "Bambi for YOUng" namenjen svežim diplomcima i apsolvantima. U okviru ovog šestomesečnog programa praktikanti dobijaju konkretna znanja u različitim oblastima i sektorima, uz saradnju i kontinuiranu podršku mentora. O uspehu programa prakse govori podatak da je u okviru prve generacije, šest od sedam praktikanata nastavilo da gradi svoju karijeru u okviru kompanije.

U 2021. program "Bambi for YOUng" pozeleo je dobrodošlicu drugoj generaciji koju čini 10 praktikanata.

O značaju ovog programa govori i nagrada "Najbolji program praksi" koju je Bambi dodelio Empple festival, prvi festival employer branding-a u Srbiji koji promovise i podstiče dobre employer branding prakse sa ciljem kreiranja boljeg ekosistema zapošljavanja.

### Saradnja sa fakultetima i srednjim školama

Pored programa "Bambi for YOUng", ulažemo i u osnaživanje mladih razvijanjem mreže saradnje sa brojnim organizacijama, poput Studentske

organizacije FON-a, Centra za razvoj karijere Univerziteta u Beogradu, AIESEC, Youth Fair-a, i mnogih drugih kroz kontinuiranu saradnju u vidu predavanja, radionica, panel diskusija, kao i kroz mentorsku podršku.

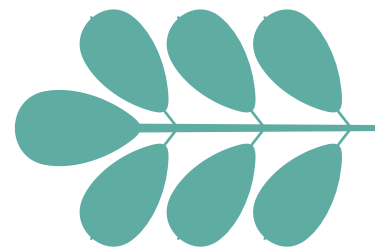
Kompanija Bambi se priključila sistemu dualnog obrazovanja za školsku 2021/2022. godinu u saradnji sa Poljoprivrednom školom sa domom učenika „Sonja Marinković“ iz Požarevca. Uz formalno obrazovanje, mladi kroz sistem dualnog obrazovanja usvajaju praktična i primenljiva znanja u realnom okruženju i uz pristup savremenim procesima proizvodnje.

### AmChamps generacija 2021

I u 2021. godini, Coca-Cola HBC i Bambi učestvovali su u AmChamps programu Američke privredne komore u Srbiji, koji pored stipendija za MBA ili neki od prestižnih univerziteta, nudi i nova praktična znanja, mentorski rad, kao i dragocena iskustva i razgovor sa vrhunskim stručnjacima iz sveta biznisa. Ovaj program prepoznajemo kao pravu priliku da se kao predstavnici privrede uključimo u proces stvaranja mladih lidera promena. Kao mentori studentima ove godine su u programu učestvovali naše kolege Dragana Pešut (Bambi) i Miloš Radaković (Coca-Cola HBC).



# RAZVOJ LOKALNIH ZAJEDNICA



## Vlasina čista ljubav

Prva asocijacija na Vlasinu je čista priroda, a za nas u kompaniji Vlasina je to i mnogo više. Vlasina je čista ljubav.

„Vlasina – čista ljubav“ projekat nastao je kao odgovor na potrebu da se što široj javnosti predstavi netaknuta i jedinstvena priroda vlasinskog kraja, njegova istorijska, kulturna i gastronomska bogatstva, kao i da se osnaže lokalni turistički privrednici. Na taj način, Coca-Cola sistem je, zajedno sa partnerima na projektu, opštinom Surdulica, Turističkom organizacijom Surdulica i Kabinetom ministra za razvoj nedovoljno razvijenih opština, dao snažan vetar u leđa održivom turističkom razvoju ove lokalne zajednice.

Bogato međunarodno iskustvo koje posedujemo stavili smo na raspolaganje ugostiteljima

vlasinskog kraja, s ciljem da im pomognemo da unaprede svoje veštine iz oblasti brendiranja, upravljanja finansijama, ali i korišćenja savremenih digitalnih alata za promociju i prodaju svojih usluga. Tokom trajanja programa, učesnici su imali priliku da prisustvuju besplatnim radionicama iz ovih oblasti, sa fokusom na održivi turizam uz promociju lokalnih specifičnosti. Nakon radionica, svi ugostitelji koji su prošli edukaciju dobili su profesionalne fotografije i video materijale svojih objekata, koji su svoje mesto našli na posebnom sajtu <https://vlasina-cistaljubav.rs/>.

Verujemo da je ovo pravi primer kako možemo podržati Vlasinu, kao naš drugi dom, jer se prava ljubav pokazuje delima.

*1 zona čiste ljubavi  
4 dana radionica  
8 predavača  
16 sati predavanja*



*7 ugostiteljskih objekata promovisano na posebnom sajtu*

## Donacije u proizvodima

Važan aspekt podrške zajednici koji pružaju naše dve kompanije, Coca-Cola HBC Srbija i Bambi, jesu donacije naših proizvoda. U 2021. godini, Coca-Cola HBC Srbija donirala je preko pola miliona litara proizvoda, u vrednosti od 185 hiljada evra. U istom periodu, i Bambi je još jednom pokazao veliko srce, donirajući 14 tona hrane.

Kao Coca-Cola HBC Srbija, podršku smo pružali kako zdravstvenim ustanovama koje su bile na prvoj liniji odbrane od COVID-19, tako i brojnim humanitarnim organizacijama, sa ciljem promovisanja kulture davanja, inkluzije, smanjenja siromaštva i društveno odgovornog poslovanja. Nakon poplava koje su pogodile opštinu Surdulica, gde je punionica Vlasinka kao naš drugi dom, donirali smo preko 180.000 litara "Rosa" vode najugroženijim meštanima. Ponosni smo na sva ostvarena partnerstva u 2021. godini.

Bambi je donacijama slatkih paketa podržao brojne obrazovne ustanove za decu i omladinu, sportska udruženja, kao i zdravstvene ustanove, pokazujući još jednom da je Plazma nezamenljiv deo odrastanja.

Vodeći se alarmantnim procenama da gotovo 480.000 ljudi u Srbiji ne može da zadovolji osnovne životne potrebe, dok se godišnje baci oko 900.000 tona hrane, Bambi je podržao i kampanju "Spasimo hranu, spasimo humanost" koju sprovodi Koalicija za dobročinstvo, a predvodi Fondacija Ana i Vlade Divac.

Za veliku podršku u doniranju hrane tokom 2021, obe kompanije, Coca-Cola HBC Srbija i Bambi, primile su Priznanje za doniranje hrane najugroženijima, koje su im dodeli Koalicija za dobročinstvo i Forum za odgovorno poslovanje.

**Samo u 2021. godini kompanija Coca-Cola HBC Srbija donirala je pola miliona litara proizvoda iz našeg portfolija u vrednosti od 185.000 evra!**

## NAŠA FUDBALSKA LEGENDA POSETILA VLASINKU

U novembru 2021. selektor nacionalnog tima Dragan Stojković Piksi i Novica Tončev, ministar u Vladi Republike Srbije zadužen za razvoj nedovoljno razvijenih opština posetili su fabriku Vlasinka, i tom prilikom istakli značaj očuvanja prirodnih bogatstava ovog jedinstvenog predela Srbije, kao i zajedničke saradnje kompanije Coca-Cola HBC Srbija i ministarstva sa ciljem unapređenja privrednog i društvenog razvoja vlasinskog kraja.



"Fudbal je timska igra i za pobjedu je potrebno da svi rade zajedno kao jedan. Mi u Coca-Cola HBC se vodimo istim principima, delimo iste vrednosti i težimo pobjedi, dok pozitivno utičemo na društvo i životnu sredinu", rekao je tom prilikom Svetoslav Atanasov, generalni direktor kompanije Coca-Cola HBC.

Tokom posete fabrici, selektor naše fudbalske reprezentacije potpisao je simbolično fudbalske lopte, a nije izostalo ni fotografisanje sa zaposlenima fabrike Rosa, koji su mu poželjeli puno uspeha na Svetskom prvenstvu u fudbalu. "Dobre ideje, trud i zalaganje, zajedništvo i radna atmosfera, uvek donose rezultate, a to je nešto što kompaniju Coca-Cola HBC i ovaj kraj zapravo i odlikuje. Znam koliko za lokalnu zajednicu znači što je kompanija ovde, čestitam vam na svim rezultatima, i jedino što mogu da vam poručim jeste da nastavite da budete još bolji, baš kao i naš nacionalni tim", poručio je Dragan Stojković Piksi.

# ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE I VODNIH RESURSA



Zaštita životne sredine je tema koja ne poznaje granice našeg ili tuđeg dvorišta, jer se nigde povezanost i međuzavisnost ne očitavaju tako jasno kao u ovoj oblasti. Upravo zbog toga, pored izuzetne posvećenosti upravljanju direktnim i indirektnim uticajima našeg poslovanja na životnu sredinu, u ovoj oblasti veoma aktivno doprinosimo i kroz projekte sa zajednicom. Zahvaljujući dugogodišnjim partnerstvima koje naše kompanije neguju u Srbiji, aktivno radimo na podizanju svesti građana o važnosti odgovornog korišćenja vode i ostalih prirodnih resursa, pokazujući im na koji način oni sami mogu doprineti ovoj temi.

## Reciklažom do vožnje

Otpad ima vrednost. Da je tako pokazali smo kroz jedinstven projekat „Reciklažom do vožnje“.

Ovaj projekat je zvanično pokrenut u Kragujevcu, postavljanjem pet mašina za sakupljanje staklene ambalaže, PET plastike, limenki i Tetra Pak ambalaže. Zahvaljujući ovoj inicijativi, građani mogu aktivno da učestvuju u pravilnom odlaganju

ambalažnog otpada. Za doneti ambalažni otpad dobijaju novčana sredstva koja mogu da koriste za gradski javni prevoz i usluge mobilne telefonije.

Primarni cilj projekta je efikasniji rad na sakupljanju ambalažnog otpada, ali je jednako važno i što kroz ovu inicijativu jačamo svest i edukujemo građane o značaju zaštite prirode i reciklaži.

Na ovoj jedinstvenoj inicijativi udružili smo snage sa Javnim komunalnim preduzećem „Šumadija“ iz Kragujevca, operaterom ambalažnog otpada Sekopakom, kao i kompanijama Apatinskom pivarom i Tetra Pakom, kako bismo standarde u oblasti životne sredine podigli na što viši nivo. Sigurni smo da projekat „Reciklažom do vožnje“ ima ogroman potencijal za primenu u drugim lokalnim zajednicama i zato se radujemo svim budućim inicijativama čija je misija zajednički rad na unapređenju životne sredine.

## Društveno preduzetništvo i reciklaža dobitna kombinacija

Projekat „Komšije se pomažu, ambalažu odlažu“ jedinstven je po tome što se bavio sa dva važna izazova: primarnom selekcijom otpada i reciklažom s jedne, te podsticanjem društvenog preduzetništva i zapošljavanja socijalno ugroženih kategorija stanovništva, s druge strane.

Kroz projekat su osnovana preduzeća, sačinjena od pripadnika socijalno ugroženih kategorija stanovništva, koja su sakupljala ambalažni otpad iz domaćinstava, po sistemu „od vrata do vrata“ i zarađivala od njegovog daljeg plasmana na tržište sekundarnih sirovina.

Prikupljeno je više od 38 tona ambalažnog otpada, koji je kompanija Sekopak predala na reciklažu. Projekat je uspešno završen proglašenjem najboljeg društvenog preduzetnika koji je učestvovao u ovoj inicijativi. Kao nagradu za istrajnost u prikupljanju ambalažnog otpada i ispunjenje ciljeva i tokom perioda pandemije, vlasniku preduzetničke radnje



„Violeta 12“ Turkijanu Rahmaniju uručena je specijalna presa za baliranje PET ambalaže.



## 167.520 tona ambalažnog otpada

Coca-Cola HBC, Fresh i Bambi spadaju među kompanije osnivače prvog operatera za upravljanje ambalažnim otpadom u Srbiji, Sekopak. Na ovaj način, omogućava se ispunjenje nacionalnih ciljeva kada je u pitanju prikupljanje ambalažnog otpada (staklo, PET, limenke).

## Unapređenje sistema upravljanja otpadom

Coca-Cola HBC Srbija je u 2021. zajedno sa NALED-om i partnerima iz industrije učestvovala u finansiranju i izradi studije za unapređenje postojećeg sistema upravljanja ambalažnim otpadom, uključujući analizu mogućnosti uvođenja depozitnog sistema, kao i inicijalno modelovanje takvog sistema. Ovu studiju radila je renomirana evropska konsultantska kuća EUNOMIA, a rezultati studije javnosti su predstavljeni u martu 2022.

Ova studija predstavlja prvi korak u sagledavanju trenutnog sistema upravljanja otpadom i osnovu za dalji javno-privatni dijalog na ovu temu, kao i eventualnu izradu studije izvodljivosti koja bi na precizniji način ponudila rešenje za unapređenje Sistema upravljanja ambalažnim otpadom i definisanja najboljeg mogućeg zakonskog okvira. Coca-Cola HBC Srbija je po pitanju unapređenja sistema upravljanja ambalažom izuzetno aktivna u svim poslovnim asocijacijama u kojima je član (NALED, AmCham, PKS, Udruženje proizvođača voda), te je u 2021. godini učestvovala u radu Radne grupe za izmene i dopune Zakona o ambalaži i ambalažnom otpadu.

Radimo i na poboljšanju sistema reciklaže na svim tržištima na kojima poslujemo i podstičemo potrošače da recikliraju svoju ambalažu.

## Upravljanje ambalažnim otpadom i reciklaža

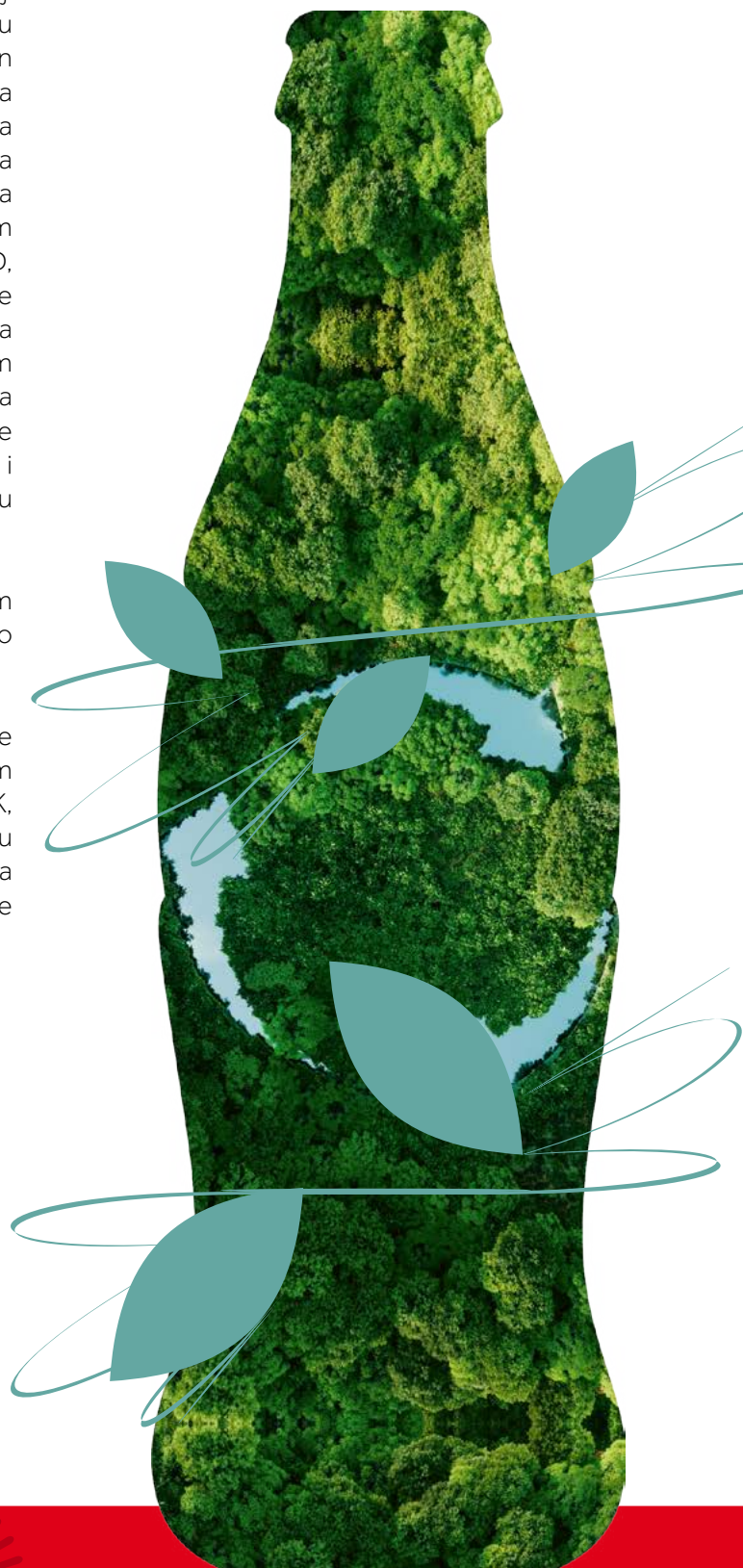
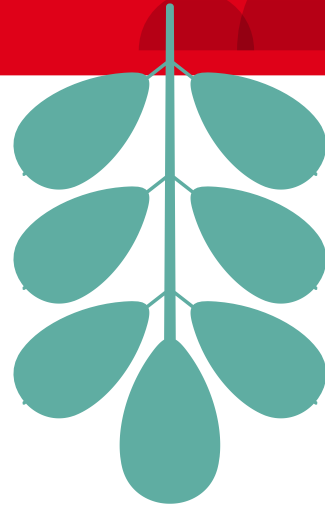
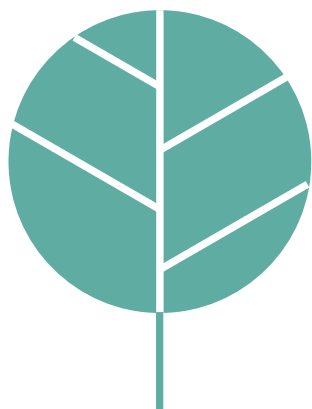
Coca-Cola HBC, Fresh i Bambi spadaju među kompanije osnivače prvog operatera za upravljanje ambalažnim otpadom u Srbiji, Sekopak se zalaže za donošenje zakonskih okvira u oblasti ambalaže i ambalažnog otpada po ugledu i u skladu sa propisima koji postoje u Evropskoj uniji i sa Direktivom 94/62/EC o ambalaži i ambalažnom otpadu, koje postavljaju obavezu ponovnog korišćenja i reciklaže pred sve subjekte u lancu do krajnjeg korisnika – proizvođače, pakere/punioce, uvoznike, distributere i maloprodaju, stavljajući ih u poziciju da ponovo iskoriste ambalažu koju plasiraju na tržište u procentu koji države same odrede. Principi „zagađivač plaća“ i princip produžene odgovornosti proizvođača inkorporirani su u važeći srpski Zakon o upravljanju otpadom i u Zakon o ambalaži i ambalažnom otpadu. Coca-Cola HBC Srbija, kao proizvođač bezalkoholnih pića, plasira značajnu količinu ambalaže na tržište, i u skladu sa ovim pristupom, preko Sekopaka kao društva za upravljanje ambalažnim otpadom, omogućava ispunjenje nacionalnih ciljeva kada je u pitanju prikupljanje ambalažnog otpada (staklo, PET, limenke). Coca-Cola HBC sistem proaktivno učestvuje u uspostavljanju održivog sistema za upravljanje ambalažnim otpadom u svim zemljama u kojima posluje.



Kao društveno odgovorna kompanija, Coca-Cola HBC Srbija je u 2021. zajedno sa NALED-om i partnerima iz industrije učestvovala u finansiranju i izradi studije za unapređenje postojećeg sistema upravljanja ambalažnim otpadom, uključujući analizu mogućnosti uvođenja depozitnog sistema, kao i inicijalno modelovanje takvog sistema. Ovu studiju radila je renomirana evropska konsultantska kuća EUNOMIA, a rezultati studije javnosti su predstavljani u martu 2022. Ova studija predstavlja prvi korak u sagledavanju trenutnog sistema upravljanja otpadom, i predstavlja osnovu za dalji javno-privatni dijalog na ovu temu, kao i eventualnu izradu studije izvodljivosti koja bi na precizniji način ponudila rešenje za unapređenje sistema upravljanja ambalažnim otpadom i definisanja najboljeg mogućeg zakonskog okvira. Coca-Cola HBC Srbija je po pitanju unapređenja sistema upravljanja ambalažom izuzetno aktivna u svim poslovnim asocijacijama u kojima je član (NALED, AmCham, PKS, Udruženje proizvođača voda), te je u 2021. godini učestvovala u radu Radne grupe za izmene i dopune Zakona o ambalaži i ambalažnom otpadu. Coca-Cola HBC javno istupa sa stavovima potrebe unapređenja zakonskog okvira i njegove primene, kada je u pitanju prikupljanje ambalaže i uslovi za njenu reciklažu i ponovni povratak u proizvodni ciklus.

Radimo i na poboljšanju sistema reciklaže na svim tržištima na kojima poslujemo i podstičemo potrošače da recikliraju svoju ambalažu.

Izuzetno smo ponosni na lokalne inicijative koje smo realizovali u tom smislu. Zajedno sa ključnim partnerima sa kojima smo osnovali SEKOPAK, aktivno radimo na ostvarivanju nacionalnih ciljeva u oblasti prikupljanja i reciklaže ambalažnog otpada, a primera radi, samo u 2021. godini Sekopak je prikupio 167,520 tona ambalažnog otpada.





## Obnova "Bambi parka"

Sadnjom 300 stabala zimzelenog i listopadnog drveća, grad Požarevac i kompanija Bambi, započeli su u decembra 2021. projekat obnove i ozelenjavanja nekadašnjeg „Bambi parka“. Novih 300 stabala će tokom svog rasta na godišnjem nivou osloboditi dovoljno kiseonika za 150 četvoročlanih porodica.

Ambiciozan poduhvat obnove „Bambi parka“ podrazumeva i izgradnju sportskih, zabavno-rekreativnih i dečijih sadržaja, kao i dodatnih zelenih površina.

„Kao što smo i do sada bili sinonim radosti i detinjstva, želimo da održivim i odgovornim poslovanjem, generacijama koje dolaze pružimo priliku za lepšu budućnost. Upravo zato, zaštita životne sredine je u našem fokusu, a sadnja prvih 300 stabala samo prva u nizu inicijativa koje planiramo u narednom periodu pored rekonstrukcije letnje pozornice, izgradnje sportskog terena od recikliranih materijala i mnogih drugih“,



## NOVOGODIŠNJA HUMANITARNA BAŠTA

Bambi je krajem 2021. podržao "Novogodišnju humanitarnu baštu", inicijativu koju su pokrenuli Botanička bašta i Biološki fakultet zajedno sa Koalicijom za dobročinstvo. Naša kompanija zakupila je i ukasila impozantnu Pančičevu omoriku. Polovina sredstava od zakupa namenjena je Botaničkoj bašti "Jevremovac" za obnovu biljnog fonda i organizaciju edukativnih programa o zaštiti životne sredine za decu, dok je druga polovina bila namenjena kupovini paketa hrane za najugroženije sugrađane.



## Razlika koju pravimo poklanjajući NAŠE VREME

Jedan od najvrednijih poklona koji možemo dati nekome je - naše vreme. Volontiranje, odnosno ulaganje našeg vremena, ponosno ističemo kao vredan doprinos zajednici, ali i aktivnost koja promovise naše kompanijske vrednosti i kulturu. Coca-Cola Klub volontera postoji od 2004. godine, dok Klub Bambi volonteri postoji od 2017. godine. Oba kluba iza sebe imaju veliki broj volonterskih sati uloženi u podršku zajednici.

Ono što naše volonterske akcije čini posebnim jeste što zaposleni i sami mogu da predlože aktivnosti, čime direktno doprinose rešavanju problema koje su uočili u svojoj zajednici. Pored grupnih volonterskih akcija, zaposleni doniraju i znanje i ekspertizu kroz naše programe i programe partnerskih organizacija.

Pored već pomenutih programa podrške mladima, u kojima naše kolege učestvuju kao predavači i mentori, u 2021. godina smo napokon, usled ublažavanja epidemioloških mera, mogli ponovo da se okupimo, te su naše kolege bile vredne i provele 1000 sati volontirajući.



## 4 akcije čišćenja 500 posađenih stabala

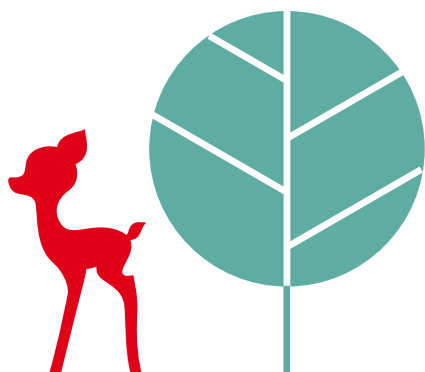
Volontersku godinu započeli smo u aprilu, kada su zaposleni u fabrici Vlasinka u saradnji sa JP „Srbijašume“, posadili **500 stabala smrče u Leskovoju Bari**. Novo drveće, za novi kiseonik, nova staništa za ptice, novi hlad. Najlepši doprinos koji sa godinama ne gubi na značaju, već postaje veći.

Snagu sistema i našu želju za pobeđivanjem pokazali smo kroz junsku **Reciklijadu, veliko volontersko takmičenje, održano na čak tri lokacije**.



Prva u nizu akcija bila je **čišćenje Šodroša, prirodnog kanala u blizini Ribarskog ostrva na Dunavu**. Naših 25 kolega imalo je i podršku zaposlenih u Javnom preduzeću „Vojvodina šume“, u čijoj nadležnosti se nalazi ovaj kanal. Volonteri su prikupljanjem smeća na ovoj lokaciji omogućili Novosađanima i svim drugim posetiocima da uživaju u ovom delu dunavskog priobalja. Naše kolege su pažljivo odvajale smeće u kese različitih boja, a zahvaljujući Gradskoj čistoći, smeće je predato na reciklažu.

Sutradan smo **čistili na teritoriji grada Niša, i to Specijalni rezervat prirode, Jelašničku klisuru**. Dobro uigran tim naših kolega iz ovog regiona sam je odabrao lokaciju za čišćenje, za koju se ispostavilo da ima dosta otpada koji treba ukloniti. Uz saglasnost i podršku Šumskog gazdinstva Niš, prikupili smo sav sitan i krupan otpad na potezu od vodopada Ripaljka do lokaliteta Potkopina i



spremili za odnošenje, a nakon što je posao bio gotov, nije izostalo ni tradicionalno druženje Nišlija.

Istovremeno, zajedno sa udruženjem „Čuvari Vlasine“, kolege iz fabrike Rosa **očistili su izvore i česme Vlasine**, kao i priobalje od Tiganja do Bratanovog dela, uz saglasnost Turističke organizacije Surdulice. Volonteri su se okupili ispred fabrike Rosa, nakon čega su se podelili u nekoliko grupa kako bi očistili što više lokacija, uključujući i česmu ispred fabrike, česmu na regionalnom putu, dve česme u mestu Čipaci, česmu Titov gaj na Vlasinskom jezeru, Staru česmu na Ridu i česmu kod pijace na Vlasinskom jezeru.

Ove akcije su imale i takmičarski karakter, i to u tri kategorije. Nagrada za tim koji je prikupio najviše ambalažnog otpada na lokaciji pripala je timu regiona Jug. Iako je odziv na svim lokacijama bio veliki, ipak su najbrojniji bili kolege i kolegice sa regiona Sever, te su oni i dobili priznanje za najbrojniji tim, dok je tim sa Vlasine zaslužen dobio priznanje za najbolju fotografiju. Tokom jula,

zaposleni kompanije Bambi organizovali su **akciju čišćenja u Požarevcu** i okolini kojoj su se priključili i brojni volonteri. Zahvaljujući entuzijazmu svih učesnika zelene površine grada zablistale su na način na koji zaslužuju, a kompanija je zajedno sa svim volonterima ovom akcijom čišćenja doprinela ostvarenju naših ekoloških ciljeva.

“Na nivou Grupe, kao i lokalno, imamo jasno definisanu proceduru volontiranja, a cilj nam je da do 2025. godine najmanje 15% naših zaposlenih volontira tokom radnog vremena, i da svojim znanjima, veštinama i trudom unapredi okruženje u kom živimo i radimo. Kompanija podstiče praksu da zaposleni posvete bar jedan radni dan, odnosno 8 sati godišnje volonterskom radu.”



# 6 GRI INDEKS I INDIKATORI



# GRI INDEKS I INDIKATORI

GRI STANDARDI	GRI 102: OPŠTI PODACI	STRANA
	Profil kompanije	
102 - 1	NAZIV KOMPANIJE	10,12
102 - 2	AKTIVNOSTI, BRENDovi, PROIZVODI/USLUGE	10,12
102 - 3	LOKACIJA SEDIŠTA KOMPANIJE	10
102 - 4	LOKACIJA POSLOVANJA	10,12
102 - 5	PRAVNA FORMA I PRIRODA VLASNIŠTVA	11
102 - 6	TRŽIŠTA NA KOJIMA KOMPANIJA POSLUJE	10,12
102 - 7	VELIČINA KOMPANIJE	10,12,14
102 - 8	PODACI O ZAPOSLENIMA I DRUGIM RADNICIMA	49
102 - 9	DOBAVLJAČKI LANAC	43
102 - 10	ZNAČAJNE PROMENE U PERIODU IZVEŠTAVANJA U VEZI SA VELIČINOM, STRUKTUROM, VLASNIŠTVOM KOMPANIJE, ILI LANCEM DOBAVLJAČA	/
102 - 11	UPRAVLJANJE RIZICIMA U KONTEKSTU PRINCIPA PREDOSTROŽNOSTI UJEDINJENIH NACIJA	16-18, 25
102 - 12	PRIVRŽENOST EKSTERNIM INICIJATIVAMA	23
102 - 13	ČLANSTVO U UDRUŽENJIMA	23
<b>2.</b>	<b>STRATEGIJA</b>	
102 - 14	UVODNA REČ IZVRŠNOG DIREKTORA	4,5
102 - 15	KLJUČNI UTICAJI, RIZICI I MOGUĆNOSTI	16-19
<b>3.</b>	<b>ETIKA I INTEGRITET</b>	
102 - 16	VREDNOSTI, PRINCIPI, STANDARDI I NORME PONAŠANJA	26
102 - 17	SAVETODAVNI MEHANIZMI O ETIČKIM PITANJIMA	25,26, 51
<b>4.</b>	<b>UPRAVLJANJE</b>	
102 - 18	UPRAVLJAČKA STRUKTURA	24
102 - 19	PROCES DELEGIRANJA NADLEŽNOSTI ZA EKONOMSKE, DRUŠTVENE I TEME U VEZI SA ŽIVOTNOM SREDINOM	24
102 - 22	SASTAV NAJVIŠEG UPRAVLJAČKOG TELA	49, 51
102 - 23	UPRAVLJAČKA I IZVRŠNA FUNKCIJA PREDSEDNIKA NAJVIŠEG UPRAVLJAČKOG TELA	24
102 - 24	PROCEDURE ZA IMENOVANJE ČLANOVA BORDA	24
102 - 25	KONFLIKT INTERESA	27
102 - 26	ULOGA BORDA I VIŠEG MENADŽMENTA U RAZVOJU, USVAJANJU I REVIZIJI MISIJE, STRATEGIJE, POLITIKA, I CILJEVA POVEZANIH SA ODRŽIVOSTI	24
102 - 35	POLITIKA NAKNADA ZA NAJVIŠE UPRAVLJAČKO Telo I VIŠI MENADŽMENT	24
<b>5.</b>	<b>UKLJUČIVANJE STEJKHOLDERA</b>	
102 - 40	LISTA UKLJUČENIH STEJKHOLDERA	22
102 - 41	KOLEKTIVNI UGOVOR	52
102 - 42	PROCES ZA DEFINISANJE I IZBOR STEJKHOLDERA	20-21
102 - 43	PRISTUP UKLJUČIVANJU STEJKHOLDERA	20-21
102 - 44	KLJUČNE TEME KOJE SU STEJKHOLDERI POKRENULI	22
<b>6.</b>	<b>PRAKSE IZVEŠTAVANJA</b>	
102 - 45	ENTITETI UKLJUČENI U KONSOLIDOVANI FINANSIJSKI IZVEŠTAJ	7
102 - 46	DEFINISANJE SADRŽAJA IZVEŠTAJA I GRANICA TEMA	16-17
102 - 47	LISTA MATERIJALNIH TEMA	16-17
102 - 48	KOREKCIJE PODATAKA	/
102 - 49	PROMENE U IZVEŠTAVANJU	/
102 - 50	PERIOD IZVEŠTAVANJA	7
102 - 51	DATUM PRETHODNOG OBJAVLJENOG IZVEŠTAJA	7
102 - 52	CIKLUS IZVEŠTAVANJA	7
102 - 53	KONTAKT OSOBA ZA PITANJA U VEZI SA IZVEŠTAJEM	7
102 - 54	IZJAVA O USAGLAŠENOSTI SA GRI STANDARDIMA	7
102 - 55	GRI INDEKS / UPOREDNA TABELA GRI I GDUN	101,104
102 - 56	VERIFIKACIJA IZVEŠTAJA	/

	<b>GRI OBLASTI I INDIKATORI</b>	<b>STATUS 2021.</b>	<b>STRANA</b>
	<b>GRI SMERNICE ZA IZVEŠTAVANJE O ODRŽIVOSTI (STANDARDI)*</b>		
	<b>KATEGORIJA: EKONOMIJA – GRI 200</b>		
	<b>TEMA: EKONOMSKE PERFORMANSE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 201</b>		13
201-1	DIREKтна GENERISANA I DISTRIBUIRANA EKONOMSKA VREDNOST	•	14
201-2	FINANSIJSKE POSLEDICE I DRUGI RIZICI I PRILIKE ZA POSLOVANJE KOMPANIJE USLED KLIMATSKIH PROMENA	•	75
	<b>TEMA: PRAKSE NABAVKE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 204</b>		43
204-1	UDEO POTROŠNJE NA LOKALNE DOBAVLJAČE U ZNAČAJNIM LOKALITETIMA POSLOVANJA	•	43
	<b>TEMA: ANTIKORUPCIJA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 205</b>		27
205-1	PROCENATI I UKUPAN BROJ POSLOVNIH JEDINICA PODVRGNUTIH ANALIZI RIZIKA OD KORUPCIJE I ZNAČAJNI IDENTIFIKOVANI RIZICI	•	27
205-2	KOMUNIKACIJA I OBUKE O ANTIKORUPCIJSKIM POLITIKAMA I PROCEDURAMA KOMPANIJE	•	27
205-3	POTVRĐENI SLUČAJEVI KORUPCIJE I PREDUZETE MERE	•	27
	<b>TEMA: ANTIKOMPETITIVNO PONAŠANJE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 206</b>		27
206-1	RAVNI POSTUPCI POKRENUTI ZBOG PONAŠANJA U SUPROTNOSTI SA NAČELOM SLOBODNE TRŽIŠNE KONKURENCIJE, TRUSTOVSKIH I MONOPOLISTIČKIH PRAKSI	•	27
	<b>KATEGORIJA: ŽIVOTNA SREDINA – GRI 300</b>		
	<b>TEMA: MATERIJALI – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 301</b>		66-67
301-1	UPOTREBLJENI MATERIJALI PREMA TEŽINI ILI ZAPREMINI	•	76-77
301-2	UPOTREBLJENI ULAZNI MATERIJAL KOJI JE RECIKLIRAN	•	76-77
301-3	PREUZETI PROIZVODI I NJIHOVI AMBALAŽNI MATERIJALI	•	85-86
	<b>TEMA: ENERGIJA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 302</b>		78
302-1	POTROŠNJA ENERGIJE UNUTAR KOMPANIJE	•	78
302-2	POTROŠNJA ENERGIJE VAN KOMPANIJE	•	79
302-3	ENERGETSKI INTENZITET	•	70,78
302-4	SMANJENJE POTROŠNJE ENERGIJE	•	70,78
302-5	SMANJENJE U ENERGETSKIM ZAHTEVIMA PROIZVODA I USLUGA	•	70,78
	<b>TEMA: VODA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 303</b>		71
303-3	CRPLJENJE VODE	•	72
303-4	ISPUŠTANJE VODE	•	74
303-5	POTROŠNJA VODE	•	73
	<b>TEMA: BIODIVERZITET – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 304</b>		69
304-2	304-2 ZNAČAJNI UTICAJI DELATNOSTI, PROIZVODA I USLUGA NA BIODIVERZITET	•	69
304-4	304-4 VRSTE KOJE SE NALAZE NA CRVENOM POPISU IUCN-A I NACIONALNOM POPISU UGROŽENIH VRSTA SA STANIŠTIMA NA PODRUČJIMA POGOĐENIMA POSLOVNIM DELATNOSTIMA KOMPANIJE	•	69
	<b>TEMA: EMISIJE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 305</b>		68, 75,79
305-1	DIREKTNE EMISIJE GASOVA STAKLENE BAŠTE (GHG – SCOPE 1)	•	79-80
305-2	INDIREKTNE EMISIJE GASOVA STAKLENE BAŠTE (GHG – SCOPE 2)	•	79-80
305-3	305-3 DRUGE INDIREKTNE EMISIJE GASOVA STAKLENE BAŠTE (GHG – SCOPE 3)	•	79-80
305-4	305-4 INTENZITET EMISIJA GASOVA STAKLENE BAŠTE	•	75,79
305-5	305-5 SMANJENJE EMISIJA GASOVA STAKLENE BAŠTE	•	75,79
305-6	305-6 EMISIJE SUPSTANCI KOJE OŠTEĆUJU OZONSKI OMOTAČ	•	81
305-7	305-7 NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> I DRUGE ZNAČAJNE EMISIJE U VAZDUHU	•	81
	<b>TEMA: IZLIVANJA I OTPAD – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 306</b>		83,84
306-2	OTPAD PREMA VRSTI I METODI ZBRINJAVANJA	•	84
306-3	ZNAČAJNA IZLIVANJA	•	74
306-4	TRANSPORT OPASNOG OTPADA	•	84
306-5	VODENA PODRUČJA POGOĐENA ISPUŠTANJEM I/ILI IŠTICANJEM VODE	•	74
	<b>TEMA: EKOLOŠKA USAGLAŠENOST – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 307</b>		66
307-1	NEPRIDRŽAVANJE ZAKONA I PROPISA O ZAŠTITI ŽIVOTNE SREDINE	•	66
	<b>TEMA: EKOLOŠKA PROCENA DOBAVLJAČA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 308</b>		44,68
308-1	NOVI DOBAVLJAČI KOJI SU PODVRGNUTI ANALITIČKOM PREGLEDU PREMA KRITERIJUMIMA U VEZI SA UTICAJEM NA ŽIVOTNU SREDINU	•	44
308-2	ZNAČAJNI OSTVARENI I POTENCIJALNI NEGATIVNI UTICAJI NA ŽIVOTNU SREDINU KROZ LANAC DOBAVLJAČA I PREDUZETE MERE	•	44

GRI OBLASTI I INDIKATORI		STATUS 2021.	STRANA
GRI SMERNICE ZA IZVEŠTAVANJE O ODRŽIVOSTI (STANDARDI)*			
KATEGORIJA: DRUŠTVO – GRI 400			
TEMA: ZAPOSĻAVANJE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 401			47–48
401-1	UKUPAN BROJ NOVOZAPOSLJENIH I FLUKTUACIJA ZAPOSLENIH	•	49
401-2	BENEFICIJE OBEZBEDENE ZAPOSLENIMA SA PUNIM RADNIM VREMENOM KOJE NISU OBEZBEDENE ZAPOSLENIMA NA ODREĐENO VREME ILI ZAPOSLENIMA SA NEPUNIM RADNIM VREMENOM	•	50
401-3	PORODILJSKO ODSUSTVO	•	50
TEMA: ODNOS ZAPOSLENIH I MENADŽMENTA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 402			52
402-1	NAJMANJI PERIOD U KOMJE SE UNAPRED OBAVEŠTAVA O PROMENAMA U POSLOVANJU	•	52
TEMA: ZDRAVLJE I BEZBEDNOST NA RADNOM MESTU – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 403			60–63
403-4	UČEŠĆE, SAVETOVANJE I KOMUNIKACIJA SA ZAPOSLENIMA U VEZI SA BEZBEDNOŠĆU I ZDRAVLJEM NA RADU	•	61
403-9	POVREDE U VEZI SA RADOM	•	63
TEMA: OBUKE I OBRAZOVANJE – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 404			58–59
404-1	PROSEČAN BROJ SATI OBUKE PO ZAPOSLENOM	•	59
404-2	PROGRAMI ZA UNAPREĐIVANJE VEŠTINA ZAPOSLENIH I PROGRAMI KOJI IM POMAŽU U USPEŠNOM OKONČANJU RADNOG VEKA	•	52
404-3	PROCENAT ZAPOSLENIH KOJI DOBIJAJU REDOVNU OCENU RADNOG UČINKA I INDIVIDUALNOG RAZVOJA	•	55
TEMA: RAZLIČITOST I JEDNAKE MOGUĆNOSTI – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 405			48,51
405-1	SASTAV UPRAVLJAČKIH TELA I STRUKTURA ZAPOSLENIH	•	49,51
TEMA: ANTIDISKRIMINACIJA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 406			51
406-1	SLUČAJEVI DISKRIMINACIJE I PREDUZETE MERE	•	51
TEMA: PROCENA LJUDSKIH PRAVA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 412			51
412-2	OBUKA ZAPOSLENIH O POLITIKAMA I POSTUPCIMA KOJI SE TIČU LJUDSKIH PRAVA	•	51
TEMA: DRUŠTVENA PROCENA DOBAVLJAČA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 414			44
414-1	PROCENAT NOVIH DOBAVLJAČA KOJI SU PODVRGNUTI ANALITIČKOM PREGLEDU PREMA KRITERIJUMIMA U VEZI SA DRUŠTVOM	•	44
414-2	ZNAČAJNI OSTVARENI I POTENCIJALNI NEGATIVNI UTICAJI NA DRUŠTVO KROZ LANAC DOBAVLJAČA I PREDUZETE MERE	•	44
TEMA: ZDRAVLJE I BEZBEDNOST POTROŠAČA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 416			32–33, 37
416-1	PROCENA ZDRAVSTVENIH I BEZBEDNOSNIH UTICAJA KATEGORIJA PROIZVODA I USLUGA	•	32–33
416-2	SLUČAJEVI NEPRIDRŽAVANJA U VEZI SA ZDRAVSTVENIM I BEZBEDNOSNIM UTICAJIMA PROIZVODA I USLUGA	•	33
TEMA: MARKETING I OZNAČAVANJE PROIZVODA I USLUGA – PRISTUP UPRAVLJANJU GRI 417			39
417-1	ZAHTEVI U VEZI SA PRUŽANJEM INFORMACIJA I OZNAČAVANJEM PROIZVODA I USLUGA	•	39
417-2	SLUČAJEVI NEPRIDRŽAVANJA PROPISA U VEZI SA PRUŽANJEM INFORMACIJA I OZNAČAVANJEM PROIZVODA I USLUGA	•	39

● INDIKATOR ISPUNJEN U POTPUNOSTI

➔ DELIMIČNO ISPUNJEN INDIKATOR

\*IZVEŠTAJ JE SAČINJEN U SKLADU SA OSNOVNOM (CORE) OPCIJOM GRI STANDARDA. DODATNO SU ISPUNJENI NEKI OD ZAHTEVA ZA SVEOBHVATNU (COMPREHENSIVE) OPCIJU:

102-15, 102-17, 102-19, 102-22 DO 102-26, 102-35.

\*detaljni GRI pokazatelji dostupni su u Godišnjim izveštajima o održivom poslovanju za 2013, 2014, 2015, 2016, 2017. i 2018. godinu na <https://rs.coca-colahellenic.com/rs/preuzimanje/>

# GLOBALNI DOGOVOR UJEDINJENIH NACIJA I GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Globalni dogovor Ujedinjenih nacija (United Nations Global Compact – UNGC) predstavlja globalnu dobrovoljnu inicijativu koja uključuje predstavnike kompanija, akademskih institucija, civilnog društva, gradova i sindikata koji su svoje delovanje posvetili poštovanju deset univerzalnih principa iz oblasti ljudskih prava, radnih prava, zaštite životne sredine i borbe protiv korupcije. Coca-Cola HBC Srbija aktivno učestvuje u lokalnoj mreži koju je Globalni dogovor razvio u Srbiji i pomaže da principi ove mreže zažive u poslovnoj zajednici i među partnerima iz drugih sektora. Naš pristup podrazumeva:

- implementaciju 10 principa UNGC-a u poslovanje i korporativnu strategiju
- promociju 10 principa u dobavljačkom lancu
- podsticanje razvoja lokalne mreže
- pružanje podrške globalnoj platformi UNGC-a
- doprinos širim ciljevima razvoja UN-a
- transparentno izveštavanje u skladu sa zahtevima UNGC-a.

Članovi Globalnog dogovora imaju obavezu da na godišnjem nivou izveštavaju o napretku u sprovođenju 10 principa društveno odgovornog poslovanja. Globalni dogovor i GRI su komplementarne inicijative, čija je dugoročna saradnja zasnovana na Memorandumu o razumevanju potpisanom 2013. godine, od kada se izveštaji izrađeni u skladu sa GRI smernicama u potpunosti prihvataju kao Izveštaji o napretku u odnosu na UNGC.

## UPOREDNA TABELA PRINCIPA GLOBALNOG DOGOVORA UJEDINJENIH NACIJA (GDUN) I GRI INDIKATORA

PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UJEDINJENIH NACIJA (GDUN)	ODGOVARAJUĆE STAVKE U GRI STANDARDIMA
<b>LJUDSKA PRAVA</b>	
PRINCIP 1 PRIVREDNI SUBJEKTI TREBA DA PODRŽAVAJU I POŠTUJU ZAŠTITU MEĐUNARODNO PRIZNATIH LJUDSKIH PRAVA I	103-2 412-2
PRINCIP 2 PRIVREDNI SUBJEKTI TREBA DA SVOJIM POSLOVANJEM NE UČESTVUJU U KRŠENJU LJUDSKIH PRAVA.	414-1
<b>RADNA PRAVA</b>	
PRINCIP 3 PRIVREDNI SUBJEKTI TREBA DA PODRŽAVAJU SLOBODU UDRUŽIVANJA I POTPUNU PRIMENU PRAVA NA KOLEKTIVNO PREGOVARANJE,	102-41 402-1
PRINCIP 4 PRIVREDNI SUBJEKTI TREBA DA PODRŽAVAJU UKIDANJE SVIH OBLIKA PRINUDNOG I PRISILNOG RADA,*	412-2 414-1
PRINCIP 5 UKIDANJE SVIH OBLIKA DEČJEG RADA I*	412-2 414-1
PRINCIP 6 UKIDANJE DISKRIMINACIJE U POGLEDU ZAPOSŁJAVANJA I IZBORA ZANIMANJA.	102-8 401-1 401-3 404-1 404-3 405-1 406-1



PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UJEDINJENIH NACIJA (GDUN)	ODGOVARAJUĆE STAVKE U GRI STANDARDIMA
ŽIVOTNA SREDINA	
<p>PRINCIP 7 PRIVREDNI SUBJEKTI TREBA DA ODGOVORNO PODRŽAVAJU PRINCIP PREDOSTROŽNOSTI U ODNOSU NA IZAZOVE ŽIVOTNE SREDINE,</p>	<p>103-2 301-1 301-2 301-3 302-1 302-2 302-3 302-4 302-5 303-3 303-4 303-5 304-2 304-4 305-1 305-2 305-3 305-4 305-5 305-6 305-7 306-2 306-3 306-4 306-5 307-1 308-1</p>
<p>PRINCIP 8 PROMOVISANJE PROJEKATA VEĆE ODGOVORNOSTI PREMA ŽIVOTNOJ SREDINI I</p>	<p>301-1 301-2 301-3 302-1 302-3 303-3 303-4 303-5 304-2 305-1 305-2 305-3 305-5 305-6 305-7 306-2 306-3 306-4 306-5 307-1</p>

PRINCIPI GLOBALNOG DOGOVORA UJEDINJENIH NACIJA (GDUN)	ODGOVARAJUĆE STAVKE U GRI STANDARDIMA
<b>ŽIVOTNA SREDINA</b> PRINCIP 9 UPOTREBA I RAZVOJ TEHNOLOGIJA NEŠKODLJIVIH ZA ŽIVOTNU SREDINU.	302-4 302-5 305-5
<b>ANTIKORUPCIJA</b> PRINCIP 10 PRIVREDNI SUBJEKTI TREBA DA SE BORE PROTIV SVIH OBLIKA KORUPCIJE, UKLJUČUJUĆI I IZNUDU I PODMIĆVANJE.	102-16 102-17 205-1 205-2 205-3

\*PREMA PROCENI AUTORA IZVEŠTAJA.

# **Budućnost je zajednička odgovornost!**

Izveštaj o održivom poslovanju  
za 2021. godinu



Coca-Cola HBC  
Srbija

